

SEPTIEMBRE 2024

# INTELIGENCIA EMPRESARIAL

REVISTA DE DIVULGACIÓN DE ESTRATEGIAS DE NEGOCIOS

## JAN KOUM

POBREZA, WHATSAPP & FILANTROPÍA

**DIVERSIDAD E INCLUSIÓN  
EN EL TRABAJO**

**Pág. 6**

**APRENDE A  
CONTROLAR TUS  
PENSAMIENTOS Y  
DOMINA TU MENTE**

**Pág. 38**

**¿QUÉ ES LA  
NUBE Y PARA  
QUÉ FUNCIONA?**

**Pág. 50**



¿Otro **Lote rechazado?**  
¿Otro **gasto en tiempo extra?**  
¿Otro **accidente operativo?**  
¿Otro **envío expeditado?**



Y entonces...

¿**Cuándo** vas a **automatizar**  
tus **procesos industriales?**

 **RAMISA**<sup>®</sup>  
SERVICIOS Y AUTOMATIZACIÓN

Soluciones a tu alcance.

 **442 444 7098**

**servicios.ramsa@gmail.com**

[www.ramsaservicios.com](http://www.ramsaservicios.com)

# CARTA EDITORIAL OCTUBRE

## Estimado Lector:

En octubre, Inteligencia Empresarial trae para ti diversos tópicos que abordan los desafíos con los que nos enfrentamos actualmente. Desde la autocrítica hasta la inclusión laboral y el liderazgo remoto, sin dejar atrás temas tan cruciales como la adaptabilidad y la innovación en el mundo actual.

En esta edición celebramos la capacidad de reinención que tenemos los seres humanos y esa posibilidad de reflexión que nos exige el entorno actual tanto a nivel empresarial como personal.

La mejor manera de promover las prácticas constructivas y el crecimiento es a través de la comunicación efectiva y la flexibilidad en el trabajo digital, demostrando que el éxito en tiempos de cambio es posible gracias a la adaptación.

De ahí, la importancia de contar con una página web profesional que impacte en la percepción de los clientes de una forma atractiva y funcional para generar confianza y profesionalismo en un sitio bien optimizado que nos ayude a fortalecer nuestra marca a largo plazo.

Hoy por hoy, aprender se ha convertido en la esencia del profesional, una cualidad accesible desde libros, cursos y talleres sin necesidad de "papelitos" que avalen el conocimiento. Y es que, cuando no entrenamos la mente tiende a dispersarse, sin embargo, aquí te compartimos la fórmula para fortalecer tu capacidad de enfoque, organización y calma, aún en medio de un entorno lleno de distracciones.

¿Te animas a entrar a las grandes posibilidades que Inteligencia Empresarial ha preparado para ti?

# INTELIGENCIA EMPRESARIAL

Presidencia: Roberto Andere Montes de Oca

Directora: Patricia Zárate Barrera

Redacción: Jessica del bosque, Ricardo Davila del Bosque, Regina Davila del Bosque, Jose Porchini, Fernando Lozano Arellano, Eva Corella Puente, Carlos Lozano, Lago Janeiro, Alonso Janeiro Cangas, Alfredo Priante, Paola Priante, Giovanni Priante, Alejandra Cabañas, Jean pierre Robert, Ricardo Davila Santamarina, Roxana Arrambide Diaz, Esteban Gonzalez Goyeneche, Maria Isabel Cangas Cueto, Francisco Jose Barbosa Niembro, Francisco Jorge Janeiro Rodriguez, Emilio Alanis Alonso, Rafael Francisco Padilla Alonso, Jose Benjamin, Aguillon Padilla y Arturo Torres Arpi Acero

Editor de Estilo: Alejandro Cruz Saldaña

Arte y Diseño: Aide Martínez Reyes

Fotografía: Alejandro Cruz Saldaña,  
Felipe Cruz Saldaña

Editor Web: Aide Martínez Reyes

Comercial: Jorge Ángel Hernández Soto

Ventas y Publicidad: Samanta Vázquez Nava, Luis Conrado Gutiérrez Hernández.

Relaciones Publicas: Joel Alvarado Padilla

[www.inteligencia-empresarial.asppublicidad.com.mx](http://www.inteligencia-empresarial.asppublicidad.com.mx)

Oficina de representación en México escribir a:

Agencia de Servicios Publicitarios S.A de C.V

Boulevard Golondrinas 17 B Edif 2 B Int 101 B

Colonia Calacoaya, Atizapán de Zaragoza.

Estado de México. CP: 52990



# ¿CÓMO USAR EL PODER DE LA AUTOCRÍTICA A TU FAVOR?

Hay quienes reniegan de la autocrítica porque la consideran una forma de brindar tensión y exigencia a uno mismo. Pero ser crítico no necesariamente parte de ser duro ni comportarse como un dictador, mucho menos cuando es un trato propio. Si va más hacia cuestionarse y reflexionar sobre cada paso dado, entonces uno podría estar haciendo buena autocrítica. Entonces, aprendamos cuando se trata de una buena reflexión y cuando sólo se trata de martirizarse a uno mismo.

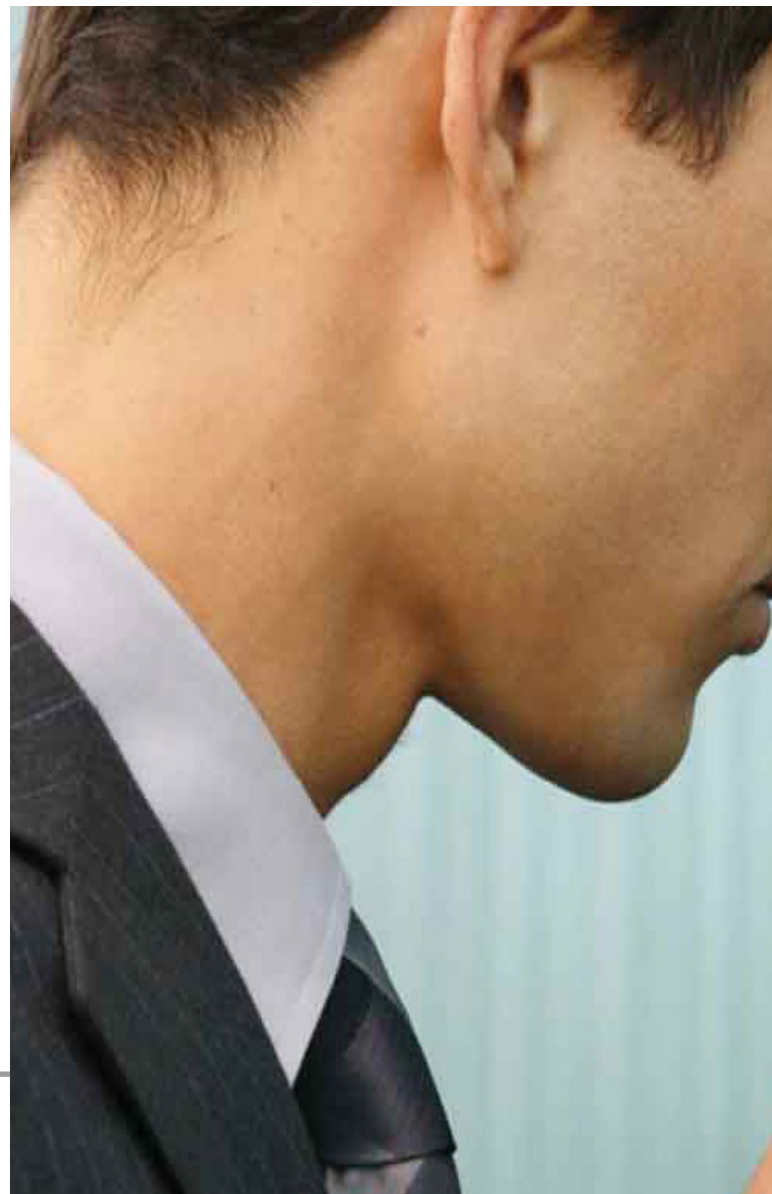
Hay que partir de la actitud con la que se forma y se enfrenta una autocrítica. En este sentido, se sabe que nunca es fácil hablarse uno mismo y mucho menos en un sentido de mejora y autorreflexión. Es fácil tomarse esta encomienda en dirección a la autoexigencia, inclusive hacia la hostilidad. Por ello, de repente la autocrítica tiene mala fama, porque puede brindar una presión que se dirija más hacia el estrés, el autosabotaje y no hacia la mejora constante.

Lo que muchas veces se ignora es que todo el tiempo estamos mejorando. Incluso de forma inconsciente y quizá no en los aspectos deseados. La magia empieza cuando se trae esto a la conciencia, porque es cuando se pueden tomar cartas en el asunto y ahora sí se invertirán esfuerzos en obtener buenos resultados. De ahí vendrá una forma de pensar con mayor detenimiento, incluso siempre de forma previsor, para aquello que pueda surgir en el camino.

Siempre es mejor estar demasiado preparado que estar poco preparado. Esto abrirá las puertas a la propia acción, pero también a los posibles pasos de otros. La retroalimentación también puede venir del exterior. Para ello, se puede desarrollar esta habilidad de escucha activa, hacia una mejora que proviene de puntos clave que ha notado el contexto más directo. Por supuesto, para ello conviene estar rodeado de personas que ejercen también la autocrítica y saben dar una retroalimentación bajo estos parámetros.

Asimismo, este sentido reflexivo guiará hacia la consciencia de sí mismo. Sin guiarse a la presión pesimista, en donde se quiera mejorar porque se carece de todo. El tener consciencia de sí implica reconocer fortalezas y áreas de oportunidad, estrategias para ganar y otras para seguir aprendiendo. Esto también implica conocer ese lado oscuro, aquello poco agraciado, eso que nadie quiere aceptar de sí. Porque, ¿cómo se mejoraría o se reflexionaría sobre algo totalmente reprimido?

Si se piensa bien, la búsqueda de actualización y mejora proviene de algo profundamente humano. Por una parte uno piensa (a veces de más) en estas fijaciones de sí, aquellas imperfecciones que creemos que todo mundo puede ver. Por



otra, existe esta continua insatisfacción. Y desear la perfección no está mal, mientras sea bajo términos propios, bajo parámetros impuestos por uno mismo, de acuerdo a la historia personal y una idea congruente de superación continua.

En este panorama, uno podría toparse de repente con un autodesprecio que se disfraza de humildad, pero también puede existir un ego en forma de tope, uno que en ocasiones es imaginario. Aquí es cuando entra la autocrítica, la capacidad de brindar estabilidad. Tener los pies en la tierra implica encontrarse en un escenario bien identificado de apoyo, de una zona de confort y de maneras de salir de ésta. Es decir, será más fácil identificar las oportunidades más grandes.

Por último, se debe reconocer que el camino de la autocrítica no se basa en una línea recta hacia el éxito. De hecho, para ejercitarla, se le debe alimentar de fracasos. La forma perfecta de hacer las cosas no llega de la nada. Si acaso puede llegar

a través del esfuerzo, de los miles de intentos fallidos que brindan de la experiencia para conseguir aquello que terminará de ajustarse por completo en el éxito. Incluso en ese proceso uno se podría toparse con una situación perfecta que simplemente terminó en un inminente fracaso. Encontrar las razones de dicho fracaso debe quedar para la autocrítica.

Las posturas críticas nunca perderán vigencia, ya que el deseo de mejora continua mueve anhelos profundamente humanos. Todo el tiempo nos estamos pensando y repensando a nosotros mismos, sin embargo, a la hora de poner manos a la obra, podríamos encontrarnos en un caos de pesimismo o de irrealidad. A través de una visión realista y equilibrada podríamos usar la autocrítica para el bien y no para el autosabotaje o para inflar el ego.

Mientras la autocrítica nos guíe hacia mejores resultados, es la brújula ideal para obtener resultados que se ajusten a nuestros deseos en concreto. Sólo recordemos el apoyo que puede brindar la retroalimentación del contexto inmediato, pero también el ejercicio propio. Hay que contemplar la dosis indicada de autocrítica, a la hora de equivocarnos, pero también cuando estemos disfrutando de un logro que no conviene que se suba a la cabeza. El deseo de mejora existe en cada instante, al hacerlo consciente podríamos estarlo poniendo de nuestro lado y no en nuestra contra.

**Por: Ricardo Davila del Bosque**



# DIVERSIDAD E INCLUSIÓN EN EL TRABAJO

La diversidad e inclusión laboral se han convertido en pilares fundamentales para el éxito. Un entorno de trabajo que valora y promueve la diversidad en términos de género, edad, etnia, orientación sexual, discapacidad, pensamiento y experiencia; se traduce en una serie de beneficios tanto para los empleados como para la empresa en su conjunto. Aquellas empresas diversas e inclusivas suelen ser más innovadoras, ya que la variedad de perspectivas fomenta la creatividad y la resolución de problemas de manera más efectiva.

Estas organizaciones atraen y retienen a los mejores talentos, mejorando su reputación de marca y fortaleciendo su posición competitiva en el mercado. Para lograr una verdadera inclusión, es fundamental fomentar una cultura organizacional basada en el respeto, la equidad y la tolerancia. Esto implica implementar políticas y prácticas que promuevan la igualdad de oportunidades y eliminen cualquier tipo de discriminación.

De ahí que las empresas busquen una mayor diversidad de pensamientos dentro de sus colaboradores. En efecto, la diversidad de perspectivas y experiencias fomenta la generación de ideas innovadoras y soluciones creativas a los desafíos empresariales. Al reunir a personas con diferentes orígenes, conocimientos y puntos de vista, las organizaciones crean una especie de “cultivo cultural” que genera ideas innovadoras.

Esta riqueza de experiencias permite abordar problemas desde múltiples ángulos, identificando oportunidades que podrían pasar desapercibidas en un entorno homogéneo. Además, la diversidad promueve un pensamiento crítico más profundo, ya que las ideas son sometidas a un escrutinio más riguroso y se desafían los supuestos preestablecidos.

Un entorno diverso no solo estimula la creatividad, sino que también mejora la toma de decisiones. Al considerar una variedad de puntos de vista argumentados, las empresas son capaces de evaluar un rango mayor de riesgos y también los beneficios asociados a cada decisión posible. Asimismo, la diversidad cultural y de género ha demostrado estar relacionada con un mejor desempeño financiero.

Las empresas que valoran la diversidad suelen tener una mayor reputación de marca, lo que atrae a los mejores talentos y clientes. En un mundo globalizado y cada vez más competitivo, fomentar la diversidad se ha convertido en una ventaja estratégica que ninguna organización puede darse el lujo de ignorar. La diversidad fomenta el diálogo intercultural y la comprensión mutua, lo que reduce los prejuicios y la discriminación. Además, las empresas que promueven la diversidad pueden tener un impacto positivo en las comunidades en las que operan, al apoyar a grupos subrepresentados y fomentar la equidad.

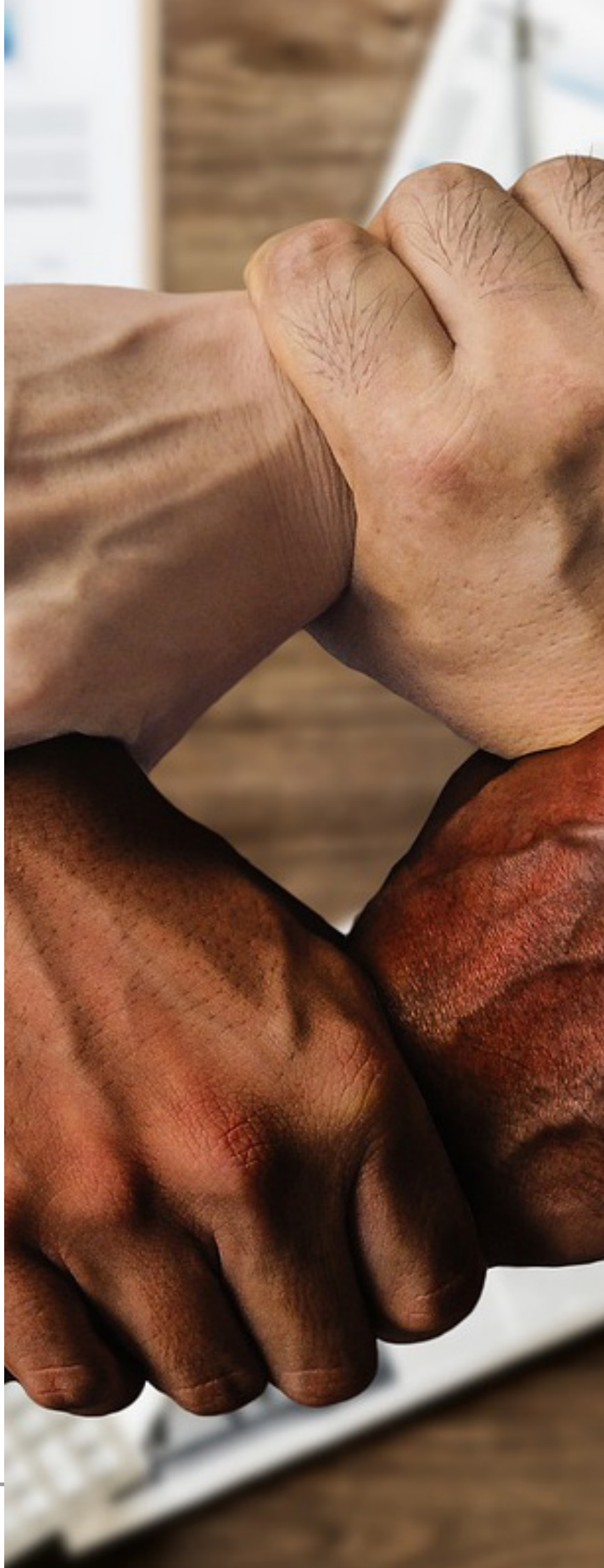
Acerca de los beneficios para el consumidor, la diversidad dentro de los equipos de trabajo permite a las empresas comprender mejor las necesidades y expectativas de sus clientes. La satisfacción de los clientes no sólo se concreta a través de productos y servicios más personalizados, sino que también contribuye a la construcción de marcas más inclusivas y equitativas.

En otras palabras, los consumidores actuales valoran cada vez más las empresas que reflejan la diversidad de la sociedad y que demuestran un compromiso con la igualdad. Al contar con equipos de trabajo diversos, las empresas pueden construir una reputación positiva y fortalecer su relación con los consumidores, lo que a su vez puede generar un mayor impacto social y humano.

Así pues, para fomentar un entorno laboral en donde el centro sea la diversidad cultural y la inclusión, las empresas pueden adoptar estrategias relacionadas al reclutamiento inclusivo, el desarrollo de programas de capacitación en temas de inclusión, la creación de redes de apoyo en el ámbito laboral y la promoción a la cultura de paz. En concreto, cada vez son más las empresas que implementan procesos de selección que prioricen la diversidad y eliminen los sesgos inconscientes, ofrecen capacitación continua con la intención de sensibilizar a sus colaboradores creando redes de apoyo para las minorías.

La diversidad e inclusión laboral no es solamente un imperativo moral, sino también una estrategia empresarial inteligente. Las organizaciones que crean entornos de trabajo inclusivos obtienen una ventaja competitiva significativa y se posicionan como empresas líderes. Al fomentar un ambiente donde se valoran diferentes perspectivas y experiencias, estas empresas estimulan la creatividad y la innovación, lo que les permite desarrollar múltiples soluciones a una misma problemática; y una mayor adaptabilidad a los cambios del mercado.

***Por: Regina Davila del Bosque***



# EL LIDERAZGO REMOTO

La llegada de la era digital ha cambiado drásticamente nuestra manera de trabajar y de relacionarnos. En este nuevo contexto, el liderazgo remoto se ha convertido en una competencia esencial para quienes desean ocupar altos mandos dentro del mundo empresarial, industrial o laboral. El liderazgo remoto se refiere a la habilidad de dirigir, motivar e inspirar a equipos que se encuentran dispersos geográficamente, sin depender de la presencia física como elemento cohesivo, es decir, un liderazgo a distancia.

Esta competencia va más allá de las limitaciones físicas y culturales, demandando un conjunto de habilidades específicas que se ajusten a las necesidades del entorno laboral contemporáneo. Dentro de las características del liderazgo remoto se encuentran: la comunicación efectiva, el empoderamiento, la inteligencia emocional y la adaptabilidad al cambio.

Por un lado, mantener una comunicación clara y concisa es esencial para asegurar que los equipos de trabajo permanezcan conectados y alineados con los objetivos de la organización. Esto implica transmitir mensajes claros y directos evitando ambigüedades que puedan generar confusiones. Asimismo, fomentar un ambiente donde todos se sientan escuchados y valorados aun cuando la comunicación es remota, ya que lo que facilita la resolución de conflictos y la toma de decisiones es la comunicación efectiva y abierta.

Por otro lado, los líderes remotos fomentan un ambiente de confianza mutua, delegando responsabilidades a sus colaboradores y empoderándolos. Al otorgarles autonomía, los colaboradores se sienten capaces de tomar decisiones de forma independiente, lo que a su vez aumenta su compromiso y motivación. Esta delegación de responsabilidades no sólo alivia la carga de trabajo del líder, sino que también desarrolla las habilidades de los colaboradores y les permite crecer profesionalmente.

Respecto a la inteligencia emocional dentro del liderazgo remoto se define como la capacidad para identificar, gestionar y utilizar tanto las emociones propias como las ajenas en un entorno de trabajo virtual con la finalidad de fomentar la colaboración, la productividad y el bienestar del equipo. Así pues, la inteligencia emocional es una habilidad fundamental para establecer relaciones efectivas en un contexto virtual.

El liderazgo remoto se compone de líderes con la capacidad de adaptarse con rapidez a las transformaciones y a los obstáculos que se presentan en un entorno laboral dinámico y evolutivo. Estas personas poseen habilidades excepcionales en comunicación virtual, gestión del tiempo, resolución de problemas a distancia y construcción de relaciones basadas en la confianza. Igualmente, demuestran una gran empatía al entender las necesidades individuales de cada miembro del equipo a pesar de la distancia física.

Dentro de los beneficios del liderazgo remoto se encuentra que los equipos remotos suelen ser más productivos gracias a la flexibilidad y la autonomía que se les otorga. Esta mayor productividad se debe, en gran medida, a que los empleados pueden adaptar su jornada laboral a sus necesidades y ritmos de trabajo individuales, evitando distracciones y aumentando su concentración. Al tener mayor control sobre su tiempo, los empleados suelen sentirse más comprometidos y motivados con sus tareas.

Otro beneficio destacado del liderazgo remoto es la reducción de costos para las empresas. Al eliminar la necesidad de oficinas físicas, se disminuyen gastos relacionados con los alquileres, los servicios públicos, el mobiliario y otros recursos. En otros términos, se reducen los costos asociados al desplazamiento de los empleados, como transporte y comidas; y las empresas optimizan el espacio de trabajo al no



requerir escritorios para todos los empleados simultáneamente, lo que puede llevar a una reducción en el tamaño de las oficinas y, por ende, en los costos de mantenimiento.

La diversidad y el talento global son también ventajas significativas del liderazgo remoto. Las empresas pueden acceder a un grupo de talento mucho más amplio, sin estar limitadas por la ubicación geográfica. Esto permite construir equipos más diversos en términos de culturas, experiencias y perspectivas, lo que a su vez fomenta la innovación y la creatividad. El liderazgo remoto también puede tener un impacto positivo en el bienestar de los empleados. Al eliminar el estrés relacionado con los desplazamientos y al ofrecer mayor flexibilidad, se mejora la salud

mental y física de los trabajadores. Esto se traduce en una menor tasa de ausentismo y una mayor satisfacción laboral.

El liderazgo remoto es una competencia que trasciende el uso de herramientas tecnológicas. Implica un entendimiento profundo de las personas, una notable capacidad de adaptación y una visión estratégica bien definida. Los líderes que triunfan en entornos remotos son aquellos que consiguen fomentar un sentido de comunidad y pertenencia entre sus equipos, a pesar de la separación física. En un mundo cada vez más interconectado y global, el liderazgo a distancia se ha transformado en una habilidad fundamental para cualquier profesional que busque el éxito en el siglo XXI.

**Por: Fernando Lozano Arellano  
& Carlos Lozano**



# EL SENTIDO DE PERTENENCIA LABORAL

El sentido de pertenencia laboral es un factor crucial para el éxito de cualquier organización. Cuando los empleados se sienten conectados con la empresa, su compromiso, productividad y satisfacción aumentan significativamente. El sentido de pertenencia en el ámbito laboral se describe como la identificación y la conexión que un empleado siente hacia su organización. Este vínculo emocional trasciende las obligaciones contractuales y se manifiesta en un compromiso más significativo con los objetivos específicos de la empresa.

El sentido de pertenencia en el ámbito laboral constituye un recurso de gran valor para cualquier organización. Al promover una cultura basada en el reconocimiento, la colaboración y el propósito, las empresas tienen la capacidad de incrementar la productividad, disminuir la rotación de personal y establecer un entorno de trabajo más saludable y positivo. Un fuerte sentido de pertenencia se traduce en empleados más comprometidos y motivados, quienes son más propensos a asumir mayores responsabilidades, a innovar y a defender los valores de la compañía.

Dentro de los beneficios del sentido de pertenencia laboral destaca el desarrollo de una mayor productividad. Es un hecho que los empleados comprometidos tienden a ser más productivos y a aportar ideas innovadoras. Este sentimiento de conexión con la empresa fomenta un ambiente de confianza y colaboración, lo que a su vez reduce el ausentismo y la rotación de personal. Desde luego, los empleados que se sienten valorados y parte de un equipo suelen estar más motivados a alcanzar los objetivos organizacionales, lo que se traduce en un mejor desempeño y resultados más positivos para la empresa. En última instancia, el sentido de pertenencia es una inversión a largo plazo que beneficia tanto a los empleados como a la organización en su conjunto.

En relación con el clima laboral, un ambiente de trabajo positivo y colaborativo fomenta la satisfacción laboral y el bienestar de los empleados, lo que a su vez se traduce en una mayor productividad, y una mejora en la reputación de la empresa. Cuando los empleados se sienten conectados con la organización, están más motivados a dar lo mejor de sí mismos y a contribuir al éxito común. Aunado a este sentimiento se fortalece otros factores tales como: un liderazgo claro y motivador, oportunidades de desarrollo profesional, reconocimiento por los logros, y la alineación de los valores personales con los de la organización.

Ante los beneficios mencionados, ¿cómo fomentar el sentido de pertenencia laboral? Para comenzar es importante la comunicación clara y transparente la cual tiene el objetivo de mantener a los empleados informados sobre los objetivos, las estrategias y los resultados de la empresa. No sólo se trata de informar, sino también de personalizar la experiencia de cada empleado a través de programas de reconocimiento individual, oportunidades de desarrollo profesional a la medida y canales de comunicación que fomenten la participación y la retroalimentación.

Seguido también de la creación de un sentido de propósito, el cual pretende comunicar de manera clara la misión, visión y valores de la organización. Este propósito, además de unificar a los equipos, sirve como brújula para tomar decisiones estratégicas, alineando a los colaboradores con los objetivos de la empresa; y cual efecto dominó fortalece la conexión emocional con los clientes, generando así una mayor lealtad y compromiso.

Asimismo, este propósito, al ser integrado en la cultura organizacional, se convierte en el motor que impulsa el crecimiento sostenible de la empresa, fomentando la innovación, la

adaptación al cambio y la búsqueda de soluciones que generen valor a largo plazo.

Respecto a los casos de éxito en la fomentación del sentido de pertenencia laboral, distintos sectores han logrado crear sinergia entre sus colaboradores y la empresa misma. En concreto, dentro del sector tecnológico, empresas como Google y Spotify han implementado programas de formación continua, espacios de trabajo colaborativos y beneficios flexibles para fomentar el sentido de pertenencia entre sus empleados.

En el sector de servicios, cadenas hoteleras como Marriott y Hilton han implementado programas de reconocimiento de empleados, desarrollo de carrera y actividades de voluntariado para fortalecer el vínculo entre los empleados y la marca. Y en el sector industrial, empresas manufactureras como Toyota y Siemens han implementado sistemas de sugerencias de los empleados y celebraciones de aniversarios para fomentar el compromiso y la participación de los trabajadores.

En resumen, fomentar el sentido de pertenencia laboral es un proceso continuo que requiere un compromiso a largo plazo por parte de la organización. Al implementar estrategias efectivas las empresas pueden crear un ambiente de trabajo más positivo y productivo, donde los empleados se sientan parte del éxito de la empresa. Por ello, es fundamental construir una cultura organizacional sólida basada en valores compartidos, reconocimiento, comunicación abierta y oportunidades de desarrollo profesional. Al hacerlo, los empleados se sentirán más conectados con la empresa y más dispuestos a contribuir a su crecimiento.

***Por: Iago & Alonso Janeiro***



# LA LEGENDARIA HISTORIA DE LOS TAZOS

Por: Paola y Giovanni Priante

La infancia millennial debe recordar con mucho cariño cuando encontraba tazos en sus bolsas de papas fritas. Millones de niñas y niños se criaron con estos juguetes tan accesibles y prácticos. Estos círculos de plástico lograban crear la ocasión perfecta para juntarse de improvisto amigos para disputarse unas cuantas rondas, intercambiar o simplemente lucir su colección. En esta ocasión veremos cuál es el origen de los tazos, los juguetes que tienen un lugar especial en nuestro corazón.

Juguetes hay de todos tamaños y colores, pero nada tan accesible, sencillo y entrañable como este. El tazo es un círculo pequeño, hecho de plásticos distintos o de metal, que normalmente presenta un personaje de una serie animada. Las caricaturas más populares de los noventa y el nuevo milenio contaron con su gama de tazos, entre ellas se cuenta a Pokémon, Bob Esponja, Los Simpson, Dragon Ball Z, Los Looney Tunes, entre muchas otras.

Para revisar la historia de los tazos tenemos que volver hasta 1927, en la isla de Maui, en Hawái. En este lugar se buscaba reciclar unas tapas de cartón que tenían las botellas de leche. Como se juntaban por montones, lo que hacía la gente era crear pilas de ellas y derribarlas, en un juego bastante similar al de los tazos. Después, dichas tapas comenzaron a ostentar distintos logos y dibujos promocionales, obras que sin duda lograron llamar la atención de coleccionistas.

Los empaques de las bebidas fueron renovándose, pero de todos modos los fabricantes decidieron añadir estas tapas bajo el tapón, como forma de accesorio, para seguir apelando a la popularidad de este juguete improvisado. Otras bebidas adoptaron este modelo de negocio, con estos pequeños obsequios entre sus productos. Una bebida a base de frutas llamada POG comenzó a popularizarse con estas tapas de diferentes diseños, las cuales adoptaron este mismo nombre.

La bebida comenzó a popularizarse en otras islas de Hawái. Los niños que comenzaron con el juego improvisado crecieron, y una de ellas llegó a ser maestra. Buscó inculcarles el juego para enseñar matemáticas de forma divertida, pero también para fomentarles un juego menos agresivo de lo que acostumbraban en ese tiempo. Esto nos lleva hasta los años noventa, cuando los POGs ya eran un juguete clásico en la región, al grado de difundirse en Estados Unidos.

La bebida se promocionaba desde su posibilidad de juego y colección de sus tapas. No sólo ello, era un producto reciclable, de fabricación increíblemente sencilla, fungía tanto de regalo como de promoción. Los responsables de POG de inmediato identificaron su éxito, así que buscaron presentar la idea en ferias internacionales. La base era tan brillante, así que sólo bastaba que alguien le imprimiera su idea.

En este punto es cuando entra Pedro Padierna, un emprendedor mexicano que se encontraba en búsqueda de novedades para dar promoción a Sabritas, en específico a sus bolsas de papas. Al haber coleccionado cromos de fútbol en su niñez, no tardó en ver el potencial de POG. Junto con el nuevo producto se propuso un juego: patear las tapas para ver quien las lanzaba más lejos, el taconazo, de donde se originó la palabra “tazo”.

En 1995 tomaron la imagen de los Tiny Tunes para imprimirlas en cada tazo que vendían en sus papas. El éxito fue rotundo, así que PepsiCo no tardó en incluir este regalo en cada producto de sus marcas. Crecieron las animaciones afiliadas, hasta que casi cualquiera contaba con su línea de tazos o renovaban su participación para ampliar la colección. Aquí entra el caso de Pokémon, quien ya contaba con sus propios parámetros de colección con los Pokémon y la idea de “capturarlos a todos”.

En la actualidad, estos productos van y vienen cada cierto tiempo. Mientras tanto, los fenómenos sociales alrededor causan furor, pero no les hacen perder relevancia. Para las series, películas y producciones representan una forma más de publicidad, pero para las infancias sigue siendo un producto entrañable. Cualquiera que haya jugado con este producto seguramente recuerda su taza favorito o la forma en que creó lazos con otros niños a raíz de este juguete.

Los tazos representaron un crecimiento para los productos que los incluían en sus presentaciones. Se dice que hay tazos coleccionables de altísimo valor, pero lo cierto es que los tazos no están para guardarse, sino para disfrutarse, para ser motivo de unión y diversión. Desde el principio fueron creados con ese propósito, como un extra que llegaba a alegrar la vida del dueño y como un motivo de reto y superación a la hora de apilarlos, voltearlos, intercambiarlos y juntar tu colección personal.



Inmobiliaria Howard & Wayman, SA de CV.

# ACADEMIA DE LECTURA

6

Más de seis años  
fomentando la  
lectura.

70

Más de setenta libros de  
negocio leídos.

400

Más de cuatrocientos  
participantes.





# COMPUTACIÓN EN LA NUBE

*Por: Alejandra Cabañas & Jean Pierre Robert*

La computación en la nube, conocida como cloud computing, representa un cambio significativo en la manera en que se almacenan, administran y acceden a los datos e información. Este modelo de servicio ha revolucionado nuestra interacción con la tecnología, proporcionando una extensa variedad de recursos informáticos a través de Internet, disponibles bajo demanda y con un sistema de pago por uso.

Las características de la computación en la nube son: acceso remoto, escalabilidad, el pago por uso y alta disponibilidad. La computación en la nube ofrece una serie de ventajas adicionales que la hacen cada vez más atractiva para empresas y usuarios particulares. La elasticidad es una característica clave, ya que permite ajustar los recursos informáticos en tiempo real según las necesidades del momento. Esto significa que puedes escalar hacia arriba durante picos de demanda y reducir los recursos cuando la actividad disminuye, optimizando así los costos.

Además, la redundancia de datos es una medida de seguridad fundamental en la nube. Los datos se replican en múltiples servidores para garantizar su disponibilidad y protegerlos ante posibles fallos o desastres. Esta redundancia, combinada con las robustas medidas de seguridad implementadas por los proveedores de servicios en la nube, proporciona una alta tranquilidad a los usuarios.

Respecto a la colaboración en tiempo real, al almacenar los datos y aplicaciones en la nube, múltiples usuarios pueden acceder y trabajar sobre ellos simultáneamente desde cualquier lugar con conexión a internet. Esto facilita la colaboración entre equipos distribuidos geográficamente y agiliza los procesos de trabajo. Asimismo, los proveedores de servicios en la nube ofrecen una amplia gama de herramientas y servicios gestionados que permiten a las empresas aprovechar estas tecnologías sin necesidad de realizar grandes inversiones en infraestructura.

La computación en la nube ofrece una escalabilidad sin precedentes, adaptándose a las necesidades cambiantes de las empresas. Ya sea una pyme, una startup o una gran corporación,

la nube permite ajustar la capacidad de cómputo, el almacenamiento y otros recursos según se requiera, evitando costosas inversiones en infraestructura propia.

Entre los principales beneficios de la computación en la nube se encuentran la reducción de costos operativos, la agilización de los procesos de negocio y la mejora de la colaboración entre equipos. Al externalizar la gestión de la infraestructura, las empresas pueden centrarse en sus competencias principales y dedicar menos recursos a tareas de mantenimiento.

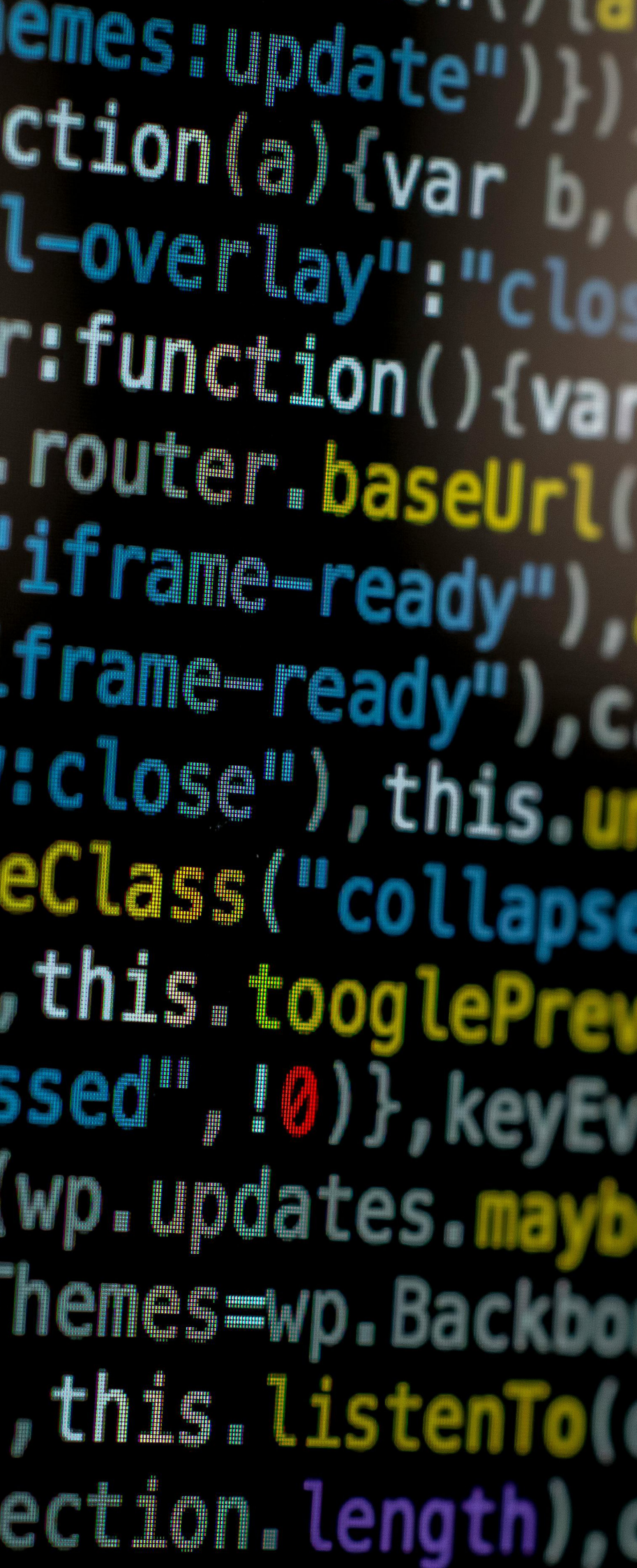
Asimismo, la nube facilita el acceso a tecnologías de vanguardia, como la inteligencia artificial, el aprendizaje automático y el análisis de big data, lo que impulsa la innovación y la toma de decisiones basadas en datos. Sin duda, la computación en la nube ha transformado radicalmente la forma en que las organizaciones operan, ofreciendo un modelo de consumo de tecnología más eficiente, flexible y escalable.

Por otra parte, IaaS y PaaS son los cimientos de la computación en la nube, cada uno ofreciendo un nivel distinto de abstracción y control. El IaaS o Infraestructura como Servicio proporciona los componentes básicos de la informática: servidores virtuales, almacenamiento y redes. Dicho en otras palabras, este servicio es como alquilar un centro de datos completo, pero sin la necesidad de invertir en hardware o gestionar la infraestructura física. Esto otorga a las empresas una gran flexibilidad para escalar sus recursos según las demandas del negocio, pagando sólo por lo que usan.

Por otro lado, el PaaS o Plataforma como Servicio va un paso más allá, ofreciendo un entorno completo para desarrollar, probar y desplegar aplicaciones. Los proveedores de PaaS proporcionan herramientas, frameworks, también conocido como un esquema de trabajo base; y servicios adicionales que simplifican el proceso de desarrollo, permitiendo a los desarrolladores concentrarse en la lógica de negocio de sus aplicaciones.

En definitiva, la computación en la nube ofrece un conjunto de características que transforman





la forma en que las empresas y los individuos interactúan con la tecnología. Más allá del acceso remoto, la escalabilidad, el pago por uso y la alta disponibilidad, la nube proporciona elasticidad, redundancia de datos, colaboración en tiempo real y facilita la adopción de nuevas tecnologías. Estas ventajas hacen de la nube una opción cada vez más popular para diversas aplicaciones, desde el almacenamiento de archivos hasta el desarrollo de aplicaciones empresariales a gran escala.

# TECNOLOGÍA Y ESTILO AL ALCANCE DE UNOS LENTES:

La icónica marca de lentes Ray-Ban está próxima a cumplir un siglo desde su creación, misma que comenzó con un pedido especial por parte del general John Macready. Hoy en día ha vuelto los reflectores sobre sí con el lanzamiento, en colaboración con Meta, de un producto que parece sacado de una película de ciencia ficción: lentes inteligentes.

Fue en 1929 cuando el general aviador Macready buscó la ayuda de la compañía Bausch & Lomb para crear unos lentes que disminuyeran el deslumbramiento del sol y que protegieran los ojos de los pilotos aviadores. Fue así como en 1936 la empresa lanzó su creación, que muy pronto adquirió popularidad entre los pilotos no sólo por su eficacia sino también por su atractivo diseño: el armazón era ligero y de metal, mientras que los lentes eran de un color verde que servía para proteger la visión de los raros UV e infrarrojos.

La eficiencia de los lentes fue la misma que inspiró el nombre del modelo “Ray-Ban Aviator” pues su función era bloquear los rayos del sol. Luego del éxito que tuvo el producto, la empresa continuó innovando sus diseños y funcionalidad para convertirse en la marca por excelencia del ejército estadounidense. Así lo lograron, y durante la década de los 50’s Ray-Ban despuntó fuera de las fuerzas armadas convirtiéndose en un accesorio de moda dentro del mercado. La marca siguió expandiéndose con la creación de nuevos modelos que se convirtieron en un clásico dentro de la cultura estadounidense pues famosos como Bob Dylan, Tom Cruise y Marilyn Monroe, las adoptaron como accesorios básicos del día a día.

La empresa Bausch & Lomb fue vendida a la compañía italiana Luxottica a finales de la década de los 90’s. Fue entonces cuando

la marca Ray-Ban tomó un segundo aire de renovación pues se comenzaron a introducir el uso de otros materiales e implementación de nuevas y mejores tecnologías, sumando a su catálogo, nuevos diseños que se adaptaran a las tendencias de la época.

Esta búsqueda de adaptación e innovación a través del tiempo es uno de rasgos que distinguen a la compañía y la mantienen como un referente icónico de estilo y vanguardia. Actualmente, en colaboración con la empresa Meta (antes Facebook), han creado lentes inteligentes que combinan el estilo clásico de Ray-Ban junto con la tecnología y eficacia de Meta: los “Ray-Ban Stories”.

Esta nueva creación, que combina la tecnología y la moda, tiene el propósito de convertirse en una nueva herramienta que permita a las personas utilizar un asistente de manera fácil sin tener que detenerse al uso de pantallas de los dispositivos móviles, manteniendo la funcionalidad de estos. El dispositivo cuenta con dos cámaras integradas desde las cuales es posible tomar fotografías, videos, además de solicitar al asistente de voz, información sobre lo que estás viendo.

Los lentes también cuentan con micrófonos integrados y altavoces que están diseñados para que puedas escuchar música, recibir llamadas, consultar notificaciones y compartir en tiempo real contenido en tus redes sociales. Es decir, los Ray-Ban Stories son lentes que te ofrecen una experiencia completa de manos libres. El procesador que opera en el producto es Qualcomm Snapdragon ARI Gen1, el cual se destaca por su funcionalidad con la toma de videos y fotografías en conjunto con el asistente de IA, gestionando el consumo de batería. Se estima que los lentes tienen una duración de cuatro a seis horas en modo activo y el estuche de éstos opera como el de los audífonos que se cargan mientras están guardados.

Aunado a todas estas características que los convierten en uno de los asistentes virtuales más eficientes, las empresas no sólo procuraron la funcionalidad de este producto sino también la estética del mismo. Los lentes Ray-Ban Stories

destacan no sólo por su tecnología integrada que no es poca cosa, sino también por su icónico estilo y se encuentran disponibles en tres de los diseños preferidos: Wayfarer, Skyler y Headliner.

Sin lugar a dudas, el lanzamiento de los lentes inteligentes de estas dos empresas, es tan sólo el primer paso de una nueva generación de asistentes virtuales que evolucionará la manera en la que experimentamos la tecnología, pues Meta ha expresado su interés por seguir desarrollando herramientas cada vez más funcionales y sofisticadas, su propósito en el futuro es incluir dentro de estos dispositivos realidad aumentada, buscando con ello que la experiencia sea más inmersiva. Este primer gran salto seguramente nos planteará nuevas problemáticas sobre el uso y desarrollo de estas herramientas, sin embargo, es innegable que su funcionalidad agilizará muchas de nuestras tareas diarias y hará de este producto, uno de los más codiciados para quienes buscan mantenerse a la vanguardia tecnológica.



**Por: Ricardo Davila Santamarina**

# CLEMENTE JAQUES: LA DEMOSTRACIÓN DE QUE DE LA COMIDA NACE EL AMOR

La gastronomía mexicana es una de las más exigentes del mundo, por esta razón, cuando una empresa dentro de la industria alimenticia tiene éxito en nuestro país, puede afirmarse que sus productos son de la mejor calidad. Clemente Jaques, la compañía dedicada a elaborar alimentos en conservas lleva más de un siglo manteniéndose como la pionera dentro de la industria en nuestro país y no es casualidad, pues su trayectoria dentro del mercado demuestra la razón por la que se mantiene como un ícono dentro de la gastronomía mexicana en miles de hogares.

Clemente Jaques, fue el fundador de la marca que lleva su nombre, este emprendedor de origen francés comenzó su emprendimiento en 1887. Dadas las malas condiciones de almacenamiento de alimentos de la época, con métodos arcaicos y rudimentarios, en los que con frecuencia la comida se desperdiciaba porque no se mantenía en buen estado por mucho tiempo, fue que el visionario de Jaques encontró su área de oportunidad y así creó su primera fábrica de conservas de alimentos.

La propuesta de Jaques resultó ser todo un éxito, pues no sólo había logrado revolucionar la manera en la que los mexicanos conservaban sus alimentos, sino que también facilitó que estos productos estuvieran disponibles durante todo el año y no sólo por temporadas. Fue así como el emprendimiento que comenzó con frascos de conservas de chiles, se expandió aplicando el mismo sistema para conservar también frutas y verduras. Este hecho hizo que la compañía creciera rápidamente y se convirtió en una de las marcas predilectas de los mexicanos, pues Clemente Jaques no sólo había conquistado el método de conserva en nuestro país, sino también los paladares de sus miles de clientes.

La demanda de los productos iba en aumento, ya no sólo era suficiente que la marca hubiera introducido el método de conserva, debía darse

abasto, razón por la cual, su creador decidió introducir el método de enlatado que facilitaba el transporte para su traslado, y, por ende, la disponibilidad de sus productos. Esta accesibilidad es una de las virtudes constantes de la empresa y uno de los factores que la mantienen vigente. Si bien es cierto que en nuestros tiempos no tenemos los mismos problemas de almacenaje de alimentos de hace cien años, el ritmo de vida de las personas ha cambiado y muchos no tienen el tiempo que necesitan para realizar sus recetas desde cero, y es aquí donde la marca juega un papel importante dentro de los hogares mexicanos, pues les facilita el proceso de preparación con sus productos, manteniendo los sabores tradicionales de nuestro país.

Este hecho demuestra, además, que Clemente Jaques, no solo fue un hombre ingenioso, y visionario, sino también un fenomenal interprete de los sabores mexicanos, pues logró hacer que su empresa capturara en sus productos la esencia de la gastronomía mexicana, manteniendo su identidad culinaria. Por esta razón podemos afirmar que, a pesar de los años, la compañía se mantiene a la vanguardia de las necesidades de sus clientes cautivos.

Aunado a todo el trabajo de la compañía por ofrecer productos de la mejor calidad, Clemente Jaques sigue adaptándose a las exigencias sus consumidores modernos, a quienes no sólo les importa mantener el buen sabor de sus alimentos sino también llevar un estilo de vida sano y equilibrado, por esa razón la marca ha creado una línea de productos especiales, de ingredientes naturales con bajos niveles de conservadores. Estos aciertos dentro del mercado han logrado que hoy en día Clemente Jaques haya expandido su emporio a nivel internacional, permitiendo que los mexicanos que viven en otros países puedan seguir disfrutando de los sabores de la gastronomía mexicana y que la tradición culinaria pueda ser conocida en otros países.



Clemente Jaques, además de ser una de las empresas líder en conservas de alimentos, se ha convertido en un referente dentro de la gastronomía mexicana, pues su creador no sólo supo adaptarse a las necesidades del mercado, ofreciendo soluciones que facilitaban la conserva y disponibilidad de los alimentos, también dio en el clavo sobre la importancia de la tradición culinaria de los mexicanos y pudo capturarla en sus alimentos, facilitando la preparación de los platillos típicos de nuestra cultura, la cual guarda gran parte de su identidad en sus sabores. Gracias a su compromiso con la calidad es que Clemente Jaques conquistó, desde el estómago, a toda una cultura que sigue considerando a la marca como una de las favoritas.

*Por: Jessica del Bosque*

**Aceptamos y apreciamos el valor de todo lo que nos rodea, empezando por las personas, sus derechos y pertenencias.**

# LA SEGUNDA CIUDAD MÁS CARA DE LATINOAMÉRICA: QUERÉTARO

De acuerdo con una investigación de Economist Intelligence Unit, la ciudad capital de Querétaro se ha unido a ser una de las más caras de su continente, sólo por detrás de la CDMX. Se le ha comparado con ciudades de lujo, como Milán, Roma y Abu Dabi, además de estados como Washington, Miami y Atlanta, en Estados Unidos; incluso supera ciudades como Tokio, Estocolmo y Dubai. Sin embargo, más que indicar un crecimiento en el estilo de vida de los queretanos, refleja un panorama preocupante de inflación global.

Alrededor de 200 productos y servicios han aumentado sus precios alrededor de un 7.4%. Asimismo, de diciembre de 2023 a Enero de 2024, la inflación subió casi 0.3%. Los estudios mencionan que la sobrepoblación en Querétaro es causa parcial de este fenómeno. Más de 120 familias siguen llegando todos los días a la ciudad, algunas buscando salir de la misma sobrepoblación de Ciudad de México y Monterrey, y otras buscando las oportunidades que brindan las grandes ciudades.

No obstante, esta evolución en la población implica que la vida se encarezca: servicios básicos como costos de vivienda, educación, hospitales y transporte; todo parece descontrolarse. Por ejemplo, el transporte es un fenómeno creciente, tanto en su precio que ronda en once pesos, como la duración de los, que llegan a demorarse hasta dos horas. Asimismo, el sistema de transporte público no ofrece una red que conecte todos los puntos de la ciudad con efectividad, lo que además implica gastar de más en transporte individual.

Con la sobrepoblación no sólo viene la inflación, sino también la inseguridad. Si bien Querétaro no se encuentra en los niveles de Michoacán o Guanajuato, lo cierto es que ya no es un referente de seguridad como lo era hace algunas décadas. Por desgracia, este fenómeno ha crecido considerablemente, porque existe una disparidad entre el crecimiento poblacional

y la oferta laboral, el crecimiento económico y el desarrollo de bienes sociales.

El desarrollo acelerado de la ciudad revela una falta de estrategia a nivel de infraestructura. Con ello, las colonias populares son las principales afectadas, ya que subsisten bajo situaciones de inseguridad, carencia y falta de servicios básicos; mientras, el costo de la vida en toda la ciudad aumenta y se complejiza. Este nivel de desigualdad brinda en los propios queretanos la necesidad de migrar a ciudades más pequeñas, incluso si es sólo para trabajar.

Esto implica que los ciudadanos resientan el incremento sin equiparlo en un aumento en su calidad de vida. Desde la canasta y servicios básicos la población general advierte que no hay un desarrollo que se iguale a ciudades como Tokio o Dubái, pese a que todo encarezca al grado de estas metrópolis. No obstante, los precios siguen subiendo y lo que se gana no alcanza para gastar, a veces ni siquiera para ahorrar a corto plazo. Vivir al día rodeado de carencias no debería relacionarse con una ciudad desarrollada.

Desde el 2021, la ciudad de Querétaro subió casi cincuenta lugares hasta convertirse en la segunda ciudad más cara de Latinoamérica, de 173 evaluadas. Los fenómenos sociales más recientes le agregan a esta alta demanda. Un ejemplo de ello es la llegada de nómadas digitales, sobre todo quienes llegan a gentrificar el precio de la vivienda, las inversiones y los servicios. Esto coloca aún más en una posición de desigualdad a los habitantes originarios.

A raíz de esto, los bienes raíces estiman promedios de renta y venta más altos, con espacios más pequeños, como apartamentos de edificios gigantes, que llegan a mensualidades de 12 hasta 40 mil pesos. La especulación inmobiliaria sube el precio general de la ciudad y limita las opciones para residentes de bajos recursos. Este fenómeno precede de la ciudad

más cara, la CDMX, que ha puesto en riesgo su diversidad comunitaria a cambio de una alza en su infraestructura.

Querétaro es una ciudad que ostenta una evolución exponencial. Con la llegada de nueva industria y crecimiento inmobiliario, ha respondido parcialmente al promedio de familias que llegan para quedarse. Sin embargo, la falta de una infraestructura bien planificada ha causado esta alza en la calidad de vida de sus ciudadanos. A fecha de hoy, algunos originarios de la ciudad podrían decir que Querétaro no se equipara a lo que era hace algunas décadas. Aun con ello, todo en ella se sigue encareciendo, en respuesta a desniveles económicos y fenómenos sociales que siguen explotando en las principales ciudades del país. ¿Habrà algo que la haga bajar de esta posición tan desfavorecedora?

***Por: Roxana Martínez Arrambide & Mirene Martínez Arrambide***





# APRENDIZAJE AUTOMÁTICO EN FINANZAS

El aprendizaje automático, una rama de la inteligencia artificial, ha irrumpido en el sector financiero transformando radicalmente la manera en que se gestionan los datos, se toman decisiones y se interactúa con los clientes. La capacidad para analizar grandes volúmenes de información a una velocidad inigualable y extraer patrones complejos ha abierto nuevas y prometedoras oportunidades en este ámbito. El aprendizaje automático ha revolucionado la industria financiera, proporcionando herramientas sofisticadas para analizar grandes volúmenes de datos y tomar decisiones más informadas.

Dentro de los usos de este tipo de inteligencia artificial sobresalen: la detección de fraudes, la gestión de riesgos, el asesoramiento financiero especializado, el llamado trading algorítmico y la segmentación de clientes. Para empezar, la detección de fraudes se lleva a cabo mediante el uso de algoritmos de aprendizaje automático, por el cual se identifican patrones anómalos en las transacciones financieras. Esto permite detectar actividades fraudulentas en tiempo real, tales como: transacciones inusuales en tarjetas de crédito, transferencias bancarias sospechosas o el seguimiento de patrones de comportamiento ilegales.

Siguiendo con la gestión de riesgos, los modelos de aprendizaje automático se utilizan para evaluar el riesgo crediticio, predecir la probabilidad de atraso en los pagos de préstamos y optimizar las carteras de inversión. Al analizar una amplia gama de datos, tales como: el historial crediticio, los ingresos y el comportamiento de pago; las instituciones financieras pueden tomar decisiones de crédito más precisas y reducir las pérdidas por incumplimiento.

Con relación al asesoramiento financiero personalizado, la llegada de los chatbots y los asistentes virtuales basados en aprendizaje automático ofrecen recomendaciones

financieras personalizadas a los clientes. Estos sistemas de IA analizan los datos financieros de los clientes, sus objetivos y su tolerancia al riesgo para proporcionar asesoramiento sobre inversiones, planificación de la jubilación y gestión de gastos, entre otros.

En cuanto al trading algorítmico, estos algoritmos de aprendizaje automático se utilizan para ejecutar operaciones de compraventa de activos financieros de forma automatizada. Estos sistemas pueden analizar grandes cantidades de datos de mercado en tiempo real y tomar decisiones de inversión basadas en patrones y tendencias identificados. Así, el trading algorítmico ofrece numerosas ventajas, como una mayor velocidad de ejecución, la capacidad de analizar una gran cantidad de datos en tiempo real y la eliminación de sesgos emocionales propios de la toma de decisiones humanas.

Los modelos de aprendizaje automático pueden utilizarse para valorar activos financieros, tales como: acciones, bonos y bienes raíces. Al analizar datos históricos de mercado, características del activo y factores macroeconómicos, estos modelos pueden proporcionar estimaciones más precisas del valor de mercado de un activo. Por último, el aprendizaje automático permite segmentar a los clientes en grupos homogéneos en función de sus características y comportamientos. Esta segmentación facilita la creación de campañas de marketing personalizadas y la oferta de productos y servicios más relevantes de acuerdo con el sector.

Por lo que se refiere a los beneficios de la aplicación del aprendizaje automático en el sector financiero destaca una mayor eficacia, puesto que la automatización de tareas repetitivas y la toma de decisiones basadas en datos permiten reducir costos y aumentar la

eficiencia operativa. También, la toma de decisiones asertivas, dado que los modelos de aprendizaje automático proporcionan información más precisa y oportuna, lo que permite tomar decisiones más informadas y reducir el riesgo. Y también nuevas oportunidades de negocio, tales como: la creación de nuevos productos y servicios financieros basados en datos.

El aprendizaje automático se ha convertido en una tecnología fundamental para la transformación digital del sector financiero. Su capacidad para analizar grandes volúmenes de datos y descubrir patrones complejos lo convierte en una herramienta invaluable para mejorar la toma de decisiones, reducir riesgos y ofrecer una mejor experiencia al cliente. Sin embargo, la implementación exitosa del aprendizaje automático en el sector financiero presenta desafíos como la calidad de los datos, la privacidad de la información y la necesidad de contar con profesionales altamente capacitados. A pesar de estos desafíos, el futuro del aprendizaje automático en las finanzas es prometedor. Se espera que esta tecnología continúe evolucionando y generando nuevas oportunidades para las instituciones financieras y los consumidores.

***Por: Arturo Torres Arpi Acero & Roxana Martínez Arrambide***



# ECONOMÍA GIG:

## ESQUEMA LABORAL EFICAZ

La economía gig, también conocida como economía colaborativa, representa una transformación radical en el mundo laboral tradicional. Este modelo económico se caracteriza por la realización de trabajos a corto plazo regularmente por proyectos específicos y por la contratación de trabajadores independientes, a menudo a través de plataformas digitales. La economía gig ha experimentado un crecimiento exponencial en los últimos años, impulsada por la digitalización y la globalización. La economía gig es un fenómeno en constante evolución que está reconfigurando el mercado laboral.

Una de las características más destacadas de la economía gig es la flexibilidad que ofrece tanto a trabajadores como a contratantes. Los trabajadores pueden establecer sus propios horarios, elegir los proyectos en los que desean participar y equilibrar su vida laboral con otras responsabilidades. Esta autonomía permite a las personas acceder a oportunidades laborales que se adaptan a sus necesidades y estilos de vida.

Asimismo, la economía gig abarca una amplia gama de sectores y tareas. Desde servicios de transporte y entrega, servicios de programación o diseño hasta tareas administrativas. Esta diversidad de oportunidades permite a las personas utilizar y desarrollar una variedad de habilidades, lo que puede ser especialmente beneficioso para aquellos que buscan adquirir nuevas competencias o cambiar de carrera.

Respecto al uso intensivo de tecnologías, las plataformas digitales son el corazón de la economía gig. Estas plataformas conectan a trabajadores y contratantes, facilitan la gestión de proyectos, los pagos y la comunicación. El uso de tecnologías como aplicaciones móviles e inteligencia artificial permite optimizar la asignación de tareas, mejorar la eficiencia y ofrecer experiencias personalizadas tanto a trabajadores como a clientes.

Dicho de otro modo, la economía gig ha transformado el mercado laboral tradicional y ha generado un debate sobre sus implicaciones socioeconómicas. Por un lado, ofrece nuevas oportunidades de empleo y empodera a los trabajadores al otorgarles mayor control sobre su trabajo. Sin embargo, también plantea desafíos como la falta de beneficios sociales, la inestabilidad laboral y la competencia por los trabajos. Enfrentar estas desventajas significa que los trabajadores deben gestionar aspectos como impuestos y seguros de manera autónoma.

Por otro lado, las empresas se benefician de la economía gig ya que les permite una mayor agilidad operativa y la posibilidad de escalar sus operaciones de manera rápida y eficiente. Es decir, al contratar trabajadores por proyecto o tarea, se evitan gastos asociados a nóminas, prestaciones sociales y equipamientos de oficina. Asimismo, la economía gig fomenta la innovación, ya que los trabajadores independientes suelen traer consigo nuevas perspectivas y habilidades que pueden enriquecer los proyectos. Esta diversidad de talentos permite a las empresas adaptarse más rápidamente a los cambios del mercado y desarrollar productos y servicios más innovadores.

Otro aspecto relevante es la flexibilidad que la economía gig ofrece a las empresas, ya que pueden ajustar su fuerza laboral en función a la demanda, evitando así sobre o subcontratar. Esta flexibilidad es especialmente valiosa en sectores que experimentan cambios rápidos en sus necesidades de personal. La economía gig facilita la colaboración con expertos de todo el mundo, lo que permite a las empresas acceder a conocimientos especializados sin la necesidad de invertir en la contratación de personal a tiempo completo.

A medida que la economía gig continúa evolucionando, surgen nuevos desafíos y oportunidades. Uno de los principales retos es garantizar condiciones laborales justas y equitativas para los trabajadores independientes. La legislación laboral actual, diseñada para el empleo tradicional, no siempre se adapta a las particularidades de este nuevo modelo, lo que

ha generado debates sobre la necesidad de nuevas regulaciones. Además, la concentración de poder en las grandes plataformas digitales plantea interrogantes sobre la competencia y la protección de los datos personales. A pesar de estos desafíos, la economía gig se ha consolidado como una tendencia irreversible, transformando profundamente la manera en que concebimos el trabajo y generando nuevas formas de organización económica.

*Por: Mirene Martínez Arrambide & Jose Luis Viveros Covarruvas*



NOTARIA  
Pública  
No. 2  San Juan del Río, Qro.

# INVERSIONES EN EL EXTRANJERO

La inversión en el extranjero o inversión transfronteriza (IED) se refiere a la asignación de capital en activos que se encuentran en un país diferente al de residencia del inversor. Con el auge de la globalización económica y la constante búsqueda de oportunidades que ofrezcan mayores rendimientos y una diversificación efectiva, este tipo de inversión ha adquirido una importancia significativa en las últimas décadas. En la actualidad, podemos identificar dos formas principales de inversión en el extranjero: la inversión extranjera directa y la inversión extranjera indirecta. En este artículo, explicaremos las diferencias entre estas dos modalidades, así como los beneficios y riesgos asociados a este tipo de inversión.

En primer lugar, la inversión extranjera directa es un concepto clave que se refiere a la inyección de capital en una empresa ubicada en otro país, con el propósito de crear una conexión sólida y sostenible en el ámbito económico. Este tipo de inversión implica obtener una participación considerable en el capital de una empresa extranjera o incluso fundar una nueva entidad en un país diferente.

En segundo lugar, la inversión extranjera indirecta, a diferencia de la directa, se caracteriza por su naturaleza más pasiva y por ser realizada a través de intermediarios financieros. Los inversores que optan por esta vía buscan diversificar sus carteras y obtener rendimientos a corto o mediano plazo. Al invertir en instrumentos financieros extranjeros, los inversores se exponen a los riesgos cambiarios y a las fluctuaciones de los mercados internacionales. Sin embargo, también pueden beneficiarse de las oportunidades de crecimiento de economías emergentes y de la rentabilidad de empresas multinacionales.

La inversión en el extranjero presenta una serie de ventajas atractivas para los inversores. Entre

los beneficios más relevantes se encuentran: la posibilidad de acceder a nuevos y más amplios mercados, la obtención de mayores rendimientos, la diversificación del riesgo financiero y la incorporación de innovaciones tecnológicas en el ámbito financiero. Al optar por invertir fuera de nuestras fronteras, se abre un abanico de oportunidades que no solo amplía el potencial de inversión, sino que también permite diversificar los portafolios en múltiples sectores económicos y regiones geográficas.

Por otra parte, los especialistas destacan que al realizar inversiones en el extranjero es posible obtener rendimientos superiores a los del mercado local. Esto se debe a diversos factores, como el crecimiento económico, las tasas de interés y las condiciones de riesgo propias de cada país. Además, diversificar las inversiones en distintos países y sectores permite a los inversores disminuir el riesgo global de su portafolio, atenuando así el efecto de situaciones adversas en un mercado particular. Aunado a esto, la inversión extranjera también promueve la transferencia de tecnología entre empresas de diferentes naciones, lo que puede impulsar tanto el desarrollo económico como la innovación.

Sin embargo, es fundamental entender que, al igual que cualquier inversión, invertir en el extranjero implica ciertos riesgos que los inversores deben evaluar con detenimiento. Entre los riesgos más destacados se encuentran: el riesgo político, que se refiere a la posibilidad de que cambios en el entorno político o económico de un país extranjero impacten negativamente el valor de la inversión; el riesgo cambiario, que implica pérdidas debido a las variaciones en el tipo de cambio entre la moneda del inversor y la del país en cuestión; el riesgo de liquidez, que se relaciona con la dificultad de vender activos financieros o empresas en el extranjero en un plazo corto, limitando así el acceso al capital; y el



riesgo operacional, que abarca las pérdidas que pueden surgir de una gestión ineficiente o de prácticas corruptas en las empresas extranjeras. En lo que respecta a la legislación, los inversores deben considerar diversos aspectos legales y fiscales al invertir en el extranjero. Entre los puntos más relevantes se encuentran: las regulaciones de inversión extranjera, que varían según el país y pueden imponer restricciones o requisitos específicos para ciertos sectores o tipos de inversión; los tratados de inversión bilateral, que algunos países han establecido para ofrecer protección a los inversores extranjeros y facilitar el flujo de capital; y la tributación sobre la renta, ya que los inversores pueden estar obligados a pagar impuestos tanto en su país de origen como en el país de destino sobre las ganancias generadas por sus inversiones.

Las inversiones en el extranjero ofrecen una amplia gama de oportunidades para las empresas que buscan expandir sus operaciones y mejorar su competitividad en un entorno globalizado. Sin embargo, es esencial realizar una evaluación cuidadosa de los riesgos y beneficios antes de tomar una decisión. Los inversores deben considerar su tolerancia al riesgo y seleccionar opciones que se alineen con su perfil. Sin duda alguna, invertir en el extranjero puede ser una estrategia poderosa para aquellos que buscan diversificar su portafolio, explorar nuevos mercados y maximizar sus rendimientos.

**Por: Alfonso Soto Pesquera &  
Maria Teresa Soto Pesquera**

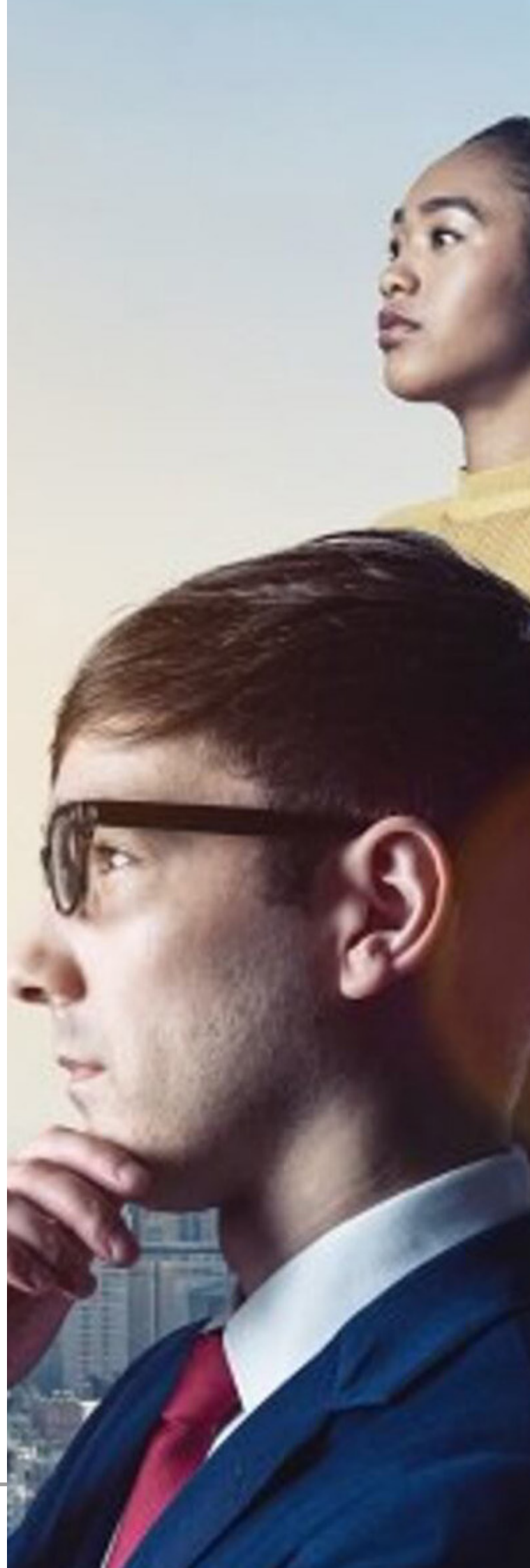
# LÍDERES DEL FUTURO Y DEL CAMBIO

El panorama empresarial y social está atravesando una rápida transformación, motivada por la innovación tecnológica, la globalización y los cambios demográficos. En este escenario, el perfil del líder está cambiando de forma notable. Los líderes del futuro tendrán que ajustarse a un contexto cada vez más complejo y dinámico, mostrando un conjunto de habilidades y características que van más allá de los modelos de liderazgo convencionales.

Los líderes del futuro se caracterizarán por su capacidad para fomentar la innovación, abogar por la inclusión y la diversidad, explotar el talento, promover la sostenibilidad, adaptarse al cambio y utilizar tecnologías emergentes. Para empezar, los líderes del futuro no sólo fomentarán la innovación, sino que se convertirán en sus principales catalizadores. Puesto que serán capaces de impulsar una cultura organizacional que celebre la creatividad y la experimentación y a su vez fomentarán la generación de ideas disruptivas y la toma de riesgos calculados. Los líderes del futuro serán capaces de identificar y aprovechar las oportunidades que surjan de las nuevas tecnologías y tendencias del mercado, posicionando a sus organizaciones a la vanguardia de la competitividad.

También, la inclusión y la diversidad dejarán de ser valores deseables para convertirse en un imperativo estratégico. Los líderes del futuro construirán equipos altamente diversos, donde se valoren las diferentes perspectivas, experiencias y habilidades de cada colaborador. Al fomentar un entorno de trabajo inclusivo, se potenciará la creatividad, se reducirá el conflicto y se aumentará la productividad de cada uno de los colaboradores. Así, la diversidad y la inclusión ya no serán sólo cuestiones de justicia social o equidad. Las empresas abrazarán estos principios descubriendo un poderoso motor para impulsar el crecimiento y la innovación.

Asimismo, explotar el talento será una prioridad máxima para los líderes del futuro ya que



deberán invertir en programas de desarrollo profesional personalizados, fomentando el crecimiento continuo de sus colaboradores. Además, crearán entornos de trabajo flexibles y atractivos que permitan a los empleados alcanzar su máximo potencial y sentirse comprometidos con la organización.

Respecto a la sostenibilidad dejará de ser una opción para convertirse en una obligación. Los líderes del futuro integrarán la sostenibilidad en todas las dimensiones de sus negocios, desde la cadena de suministro hasta las prácticas de gestión. Promoverán el consumo responsable, la eficiencia energética y la reducción de la huella de carbono, contribuyendo a un futuro más sostenible para todos. De ahí que, integrar la sostenibilidad en el modelo de negocio ya no es solo una responsabilidad social, sino también una estrategia empresarial inteligente. Las empresas sostenibles suelen ser más resilientes a los shocks económicos y ambientales, atraen a talentos más comprometidos y construyen relaciones más sólidas con sus clientes. La reputación de una marca sostenible puede ser un poderoso diferenciador en un mercado cada vez más competitivo.

Acerca de la capacidad de adaptarse al cambio será una habilidad esencial para los líderes del futuro. Deberán ser capaces de anticipar las tendencias del mercado, identificar las amenazas y oportunidades emergentes y tomar decisiones estratégicas ágiles. Además, fomentarán una cultura organizacional que valore la flexibilidad, la resiliencia y la capacidad de aprender de los errores.

Por último, el uso de tecnologías emergentes transformará la forma en que se lidera. Los líderes del futuro deberán estar familiarizados con las últimas tendencias en inteligencia artificial (IA), big data, blockchain y otras tecnologías disruptivas. Además, serán capaces de utilizar estas herramientas para mejorar la toma de decisiones, optimizar los procesos y crear nuevas oportunidades de negocio.

Algunos de los líderes del futuro que han alcanzado mayor éxito en la actualidad son: Elon Musk, al ser pionero en la exploración espacial, la energía limpia y la inteligencia artificial; Sundar

Pichai, el actual CEO de Google, ha liderado la transformación de la compañía centrada en la IA, impulsando el desarrollo de tecnologías como el aprendizaje automático y el procesamiento del lenguaje natural; Greta Thunberg una joven activista climática que ha inspirado a millones de personas a tomar medidas para combatir el cambio climático; y Melinda Gates, cofundadora de la Fundación Bill Gates, ha dedicado su vida a mejorar la salud global y reducir la pobreza.

En efecto, los líderes del futuro serán visionarios, inclusivos, ágiles, sostenibles y tecnológicamente competentes. Serán capaces de inspirar y motivar a sus equipos, construir organizaciones resilientes y contribuir a un futuro más justo y sostenible para todos. Aquellos que logren desarrollar estas habilidades estarán mejor preparados para enfrentar los desafíos de nuestra era y conducir a sus organizaciones hacia el éxito.

***Por: Ricardo Charur González, Marcos Ramírez Acevedo, Santiago Pérez Olvera***





# **UN MUNDO HABITABLE PARA TODOS DESDE LOS OJOS DE CHARLOTTE PERRIAND**

Charlotte Perriand, fue una de las diseñadoras y arquitectas más importantes de su época, cuya obra sigue siendo un vasto legado en nuestros días. Su talento y sensibilidad en el diseño, con enfoque humanista, es una de las mayores virtudes a resaltar de su trabajo. Perriand nació en París en 1903, fue la hija de un sastre y una modista de alta costura. A sus 17 años comenzó sus estudios en la escuela de Unión Central de Artes Decorativas, en la que se especializó en el diseño de muebles por más de cuatro años.

Desde su formación, la audacia y talento de Perriand relucieron, anunciando que su estética y estilo propio romperían con los parámetros comunes de las tendencias de la época: el estilo Beaux-Arts. A sus veinticuatro años, presentó una de sus piezas más emblemáticas que de inmediato la distinguieron del resto de diseñadores: el bar bajo el techo. Este trabajo vio la luz en el Salón de Otoño de París en 1927, el uso de materiales como acero inoxidable, aluminio y vidrio mostraron al mundo que Perriand estaba fuera de las normas convencionales y que su inspiración provenía de la estética minimalista de las máquinas de metal. Luego de haber recibido el reconocimiento de sus colegas, por su extraordinaria propuesta, fue que comenzó su carrera colaborando con el aclamado arquitecto Le Corbusier.

Sin duda este fue uno de los momentos más importantes dentro de su carrera, sin embargo, ella no romantizó ese recuerdo. Perriand contó en el documental que realizaron en su nombre, "Charlotte Perriand. Pioneer in the art of living", que las primeras palabras que recibió de Le Corbusier cuando se presentó frente a él para pedirle trabajo fueron: "aquí no bordamos cojines". Charlotte tenía tan sólo veinticuatro años y había recibido sus primeras palabras de desprecio de uno de los arquitectos más reconocidos, que tan sólo dos años atrás de ese momento había presentado uno de sus proyectos más ambiciosos: el Plan Voisin.

A pesar de ese primer desplante de Le Corbusier, Charlotte Perriand comenzó a desarrollarse en el estudio que el arquitecto tenía junto con su primo Pierre Jeanneret. Y si bien Charlotte comenzó como la encargada del diseño de interiores,

su potencial e ingenio creativo lograron que se convirtiera en uno de los elementos más importantes dentro del estudio, ascendiendo como colaboradora en muchos de los proyectos más importantes como: el equipamiento de la habitación, estanterías, sillas y mesas; y los tres sillones icónicos del estudio de Le Corbusier B301, LC2 y la Chaise Longue B306.

Fueron casi diez años los que la diseñadora colaboró en el estudio de Le Corbusier, y al finalizar esta etapa en su carrera continuó de manera independiente en el L'Union des Artistes Modernes, misma que era dirigida, en ese entonces, por Mallet-Stevens. Dentro de la obra que realizó durante este periodo destaca su colaboración con Jean Prouvé, diseñando y fabricando muebles y proyectos en países cuyas condiciones de emergencia entorpecían la construcción de inmobiliarios.



Como diseñadora, Charlotte era indomable, su obra está marcada por la audacia y la búsqueda de una voz propia que dio identidad a su estética y estilo. Por esta razón, su curiosidad por explorar nuevas formas de relación entre las personas, los espacios y los objetos le llevaron a aprender de otras culturas y esto enriqueció aún más la perspectiva de su trabajo.

Fue entre 1940 y 1946, que Perriand vivió en Japón aprendiendo sobre esta cultura y desaprendiendo de la suya para incorporar técnicas y estilos que nutrieran su trabajo. Esta temporada fuera de Francia la ayudó a agudizar su sensibilidad hacia el uso de materiales naturales que comenzó a incorporar en su obra. Su estancia en Japón fue un parteaguas en su proceso creativo y el desarrollo de su identidad como diseñadora, pues en adelante, sus proyectos mantuvieron un enfoque sostenible en el que buscaba respetar los espacios naturales con una perspectiva ecológica y responsable.

Aunado a esto, Charlotte Perriand fue una de las defensoras más aguerridas del diseño accesible, tenía la convicción de que la arquitectura y el diseño debían ser herramientas que ayudaran a mejorar la calidad de vida de las personas y no a acrecentar una brecha de desigualdad. Esta idea la llevó a colaborar en proyectos de viviendas sociales, Charlotte creía que el mundo debía ser un espacio habitable para todos. Charlotte Perriand fue una mujer adelantada a su época, su trabajo no sólo está marcado por su inconfundible estética sino también por su enfoque humanista. Y si bien, muchos siguen opacando su obra por el nombre de los hombres con los que colaboró, el tiempo y el valor de su trabajo han vuelto los ojos hacia su legado.

**Por: Carlos Peón Hernández & Susana Elorza Muñoz**



# LA HISTORIA DE JAN KOU POBREZA, WHATSAPP

En la actualidad, el patrimonio de Jan Koum, fundador de WhatsApp, asciende 16 mil millones de dólares. Nadie podría adivinar que forjó esta fortuna en el mismo espacio donde recortaba y juntaba cupones de despensa para él y su madre, pero así fue. Koum ha tenido una historia digna de una película. Si bien no podemos montar una aquí mismo, daremos aquellas nociones inspiradoras que lo llevaron a ser un inmigrante en busca de una gran oportunidad, el padre de WhatsApp y finalmente un filántropo que busca hacer la diferencia.

Jan nació en 1976, en una familia judía de Ucrania. Su padre era constructor y su madre ama de casa. Al crecer bajo el régimen comunista, se creó una idea crítica de proteger la privacidad del espionaje y los estados totalitarios. Poco después de la caída de este sistema político, su madre decidió emigrar a Estados Unidos, en específico a California. Su padre nunca pudo seguirlos, sin embargo, lo más devastador fue que su madre enfermara de cáncer.

Toda esta situación los hizo acreedores de la asistencia social, con cupones y vivienda designada por el gobierno. Para colaborar, Jan hizo lo posible y buscaba aportar con un trabajo de conserje en una tienda de conveniencia. Pese a todas estas dificultades, el emprendedor buscó que su trabajo duro brindara frutos más allá de una pequeña paga. Se propuso aprender programación informática, redes y ciberseguridad de manera autodidacta.

Llegó a la formación universitaria, pero nunca a graduarse. Renunció a un trabajo que tenía en la Universidad Estatal de San José para trabajar en la seguridad de Ernst & Young y luego en Yahoo, donde estaría laborando durante casi diez años. En estos proyectos conoció a Brian Acton, con quien mantuvo una relación cercana de

amistad y compañerismo. Ambos reconocieron su insatisfacción con su trabajo, de forma que renunciaron en 2007.

Los dos solicitaron en Facebook, sin éxito alguno. Ninguno adivinaría que años más tarde, esta empresa los buscaría para volverlos multimillonarios. Antes de eso, debían desarrollar la idea que les daría ese negocio tan cotizado: WhatsApp. Después de un viaje a Sudamérica, llegaron de nuevo a Estados Unidos y se plantearon una estrategia: unirse a otra empresa o crear una propia. Koum estaba al tanto del surgimiento de plataformas como Skype y MySpace, de modo que comenzó a hacerse una idea para mejorar la experiencia del usuario.

Jan se inspiró de experiencias propias. Recordaba lo caro que era la comunicación entre su familia, sobre todo de Estados Unidos a Ucrania. Al hacer una aplicación de mensajería instantánea, sería más accesible, no sólo para contactar a una persona, sino a varios amigos y familiares. Para 2009, comenzó a tratar la idea con otro amigo, Alex Fishman, quien colaboró en su visión de una plataforma de mensajería.

En el cumpleaños de Koum, el 24 de febrero de ese año, se constituyó la empresa conocida como WhatsApp Inc, mientras jugaba frisbee con Acton. Para mayo de ese año se lanzó la aplicación. La empresa fracasó, pero un mes después Jan reformuló su estrategia y lanzó una nueva versión para septiembre. La empresa creció a partir de ese éxito con una simple idea: volver la aplicación gratuita. Esto permitió hasta diez mil descargas al día. Cuando comenzaron a cobrar, esto cayó a mil descargas al día, aunque implicó estabilidad. La empresa se decidió por aplicar una tarifa anual de 99 centavos de dólar tras el primer año de uso. Los usuarios seguían aumentando y ello les dio la pauta adecuada para obtener el crecimiento ideal.

# KOUM: P Y FILANTROPÍA

Gracias a Acton, quien se ocupaba de las relaciones comerciales, no tardaron en encontrar apoyo financiero en antiguos compañeros de Yahoo. Por su parte, Koum seguía buscando mejorar la aplicación. WhatsApp no era barato de gestionar, pero esto valdría la pena en un par de años.

Para 2011 todo cambió. El dinero empezó a llegar y tanto Acton como Koum pudieron hacer su sueño de tener una aplicación sin publicidad, ya que la odiaban y, de hecho, por ello también optaron por ceder la aplicación. Los siguientes años consolidaron relaciones con inversionistas de la talla de Sequoia Capital, la cual les brindó 50 MDD en 2013.

Para cuando obtuvieron 265 millones de usuarios, Facebook buscó adquirir WhatsApp por 19 mil millones de dólares. Ambos se desvincularon a raíz de las malas prácticas de publicidad y protección a la privacidad de los usuarios, los dos fundamentos que los animaron a crear la aplicación en primer lugar. En la actualidad, Jan Koum apoya activamente algunas causas benéficas, tales como La Fundación de la Familia Koum, fondos para la Universidad de Stanford y en causas relacionadas con el pueblo judío e israelí. Además, es dueño de las 100 mayores fortunas de Estados Unidos.

**Por: Marcos Ramírez Acevedo &  
Santiago Pérez Olvera**

# ADICTOS A LOS CERTIFICADOS

Hay muchos sitios que brindan talleres virtuales, algunos incluso gratuitos, eventos en donde le entregan a quienes llevaron la batuta un reconocimiento, o en los que los asistentes reciben un diploma de asistencia... conferencias, eventos, talleres, cientos de sitios por internet ofreciendo diplomas virtuales avalados por... una empresa o escuela patito. ¡Y hay gente que los colecciona, los persigue, los exige! ¿De veras son de utilidad?

Incluso, hay quienes toman talleres virtuales por los que no pagaron, pero al final deben aportar una cantidad “de recuperación” para recibir un certificado. Y hay quien lo hace, paga por un JPG que no tiene ni siquiera una firma original, sino que es una imagen de firma “pegada” sobre el documento.

Hay quienes nunca pasaron por la Universidad, o pasaron, pero no terminaron, o no se titularon, o no tramitaron su cédula profesional, y, sin embargo, demuestran que saben y son contratados y valorados. Hoy por hoy, las empresas se centran mucho más en las habilidades y experiencia de una persona que su álbum de documentos, reconocimientos y curriculum vitae de más de 50 páginas. Es más, cuando este es el caso, se desecha de inmediato al candidato.

Más que papeles, lo que piden los reclutadores son las pruebas de la experiencia adquirida y no una posesión de JPG acumulados. A esto se le llama Síndrome de Adicción a los Certificados. Para comprenderlo hay que tomar en cuenta que existen dos aspectos que nos definen como profesionales: el aprendizaje (que es la adquisición de conocimientos que adquirimos y aplicados en la vida diaria), y la educación (que es un sistema que se crea para la formación de un grupo de personas en ciertos aprendizajes). Cada país tiene sus propias instituciones de educación creadas por su gobierno de acuerdo con sus políticas y normas. Todas las entidades educativas deben cumplir con estas normas para tener validez y reconocimiento oficial, lo cual

permite que cada vez que se sube un peldaño en la educación, se pueda recibir un certificado que lo avale. Es muy diferente un certificado que un diploma, reconocimiento u otro documento de este tipo. Estos últimos rara vez tienen un valor. Esto se logra después de años de estudio; el número de años lo determina el nivel educativo que se está cursando. Y para completar año tras año, el alumno pasa por una serie de proyectos, exámenes y ejercicios de memorización, y actividades que van sumando a su progreso. Aun cuando después del examen al alumno se le olvide todo lo que estuvo repasando para obtener una calificación.

El imponer un número que califique el nivel de un alumno ha causado diversas controversias en muchos países del mundo y sistemas educativos. El número no indica la realidad del aprendizaje, y esta es la razón por la que hay instituciones que prefieren aplicar un sistema más libre en el que el conocimiento se aplique y no solo se memorice. Así que desde pequeños recibimos papeles al término de cada ciclo, y el orgullo de los padres si vienen acompañados de un diploma de aprovechamiento, puntualidad, buena conducta o lo que sea, el caso es destacar. Mostrarle al mundo quién es el mejor.

La universidad cada vez es más un lujo o un sueño inalcanzable para muchos jóvenes. Hay carreras a las que aplican más de 3 mil aspirantes, de los cuales solo ingresan 90. ¿Y qué pasa con todos los demás? Algunos no pueden darse el lujo de esperar seis meses o un año, volver a invertir en fichas de examen y e intentarlo otra vez, así que se ponen a trabajar y terminan por olvidarse de los estudios. La otra opción es pagar una universidad privada para la que hay que sacar crédito tras crédito si no hay una sólida solvencia económica detrás, que mantendrán esclavo al alumno y su familia durante años, aun después de que haya terminado la carrera.

Un certificado nos valida; sin él, somos menos que los demás. La finalidad de formarse es poder ejercer y tener un trabajo estable,

aunque sucede que ahora nada lo es, no se puede asegurar nada. Todo ha cambiado, es posible “ser alguien”, tener equilibrio económico y solidez, aun sin papelitos firmados por personas que quizá ni conocemos.

La pandemia nos mostró una nueva manera de hacer las cosas, nos transformó de tantas formas posibles que hoy entendemos que se puede vivir de lo que amas, viajar y seguir trabajando, estudiar tantos talleres y diplomados que requieras sin presión por el papel final, porque las empresas lo que buscan son resultados, no papeles. El aprendizaje es lo real hoy, lo demostrable, es nuestra esencia. A excepción de carreras como medicina y sus ramales en las que sí es básico el título y la cédula, en otros ámbitos es posible forjar un camino, con hechos, con dedicación, con perseverancia, y aprendizajes reales. Hay libros, tutoriales, conferencias, talleres que pueden ayudarte mucho para que aprendas, te especialices y sigas la ruta que has decidido.

En definitiva, el verdadero valor profesional radica en las habilidades y experiencias adquiridas, no en la acumulación de certificados vacíos. En un mundo laboral en constante cambio, las empresas buscan personas que demuestren su capacidad a través de resultados tangibles y aplicación del conocimiento, más que en la exhibición de diplomas.

La pandemia ha acelerado esta transformación, permitiéndonos replantear nuestra forma de aprender y trabajar, enfocándonos en el crecimiento personal y profesional sin la presión de un papel que valide nuestro esfuerzo. Aprovechar los recursos disponibles, desde cursos en línea hasta comunidades de aprendizaje, nos brinda la oportunidad de construir un futuro profesional sólido basado en lo que realmente importa: nuestra pasión, dedicación y la habilidad de adaptarnos a un entorno en constante evolución. Al final, lo que cuenta son las huellas que dejamos en nuestro camino, no los certificados que coleccionamos.

**Por: Jairo Arturo Castañeda**

**Howard & Wayman**  
**Bajío SC.**

Contadores Públicos

[www.dhw.com.mx](http://www.dhw.com.mx)



# APRENDE A CONTROLAR TUS PENSAMIENTOS Y DOMINA TU MENTE

La mente es inquieta, es como un niño que se distrae con cualquier estímulo y sale corriendo detrás de él. Hacer que vuelva a estar tranquila y regrese a la concentración no es sencillo, pues además de neuronas, está habitada por deseos e impulsos. Afortunadamente, hay una solución muy efectiva: entrenarla para controlar los pensamientos y que no te causen lagunas, problemas de concentración y falta de productividad.

Un ser humano promedio, al día, produce cerca de 90 mil pensamientos al día, es decir, más de un pensamiento por segundo, entre los que se encuentran imaginaciones, recuerdos, interpretaciones, análisis, juicios, deseos, decisiones, planes, miedos, preocupaciones. Todo a una velocidad vertiginosa. Esto es completamente normal.

Pero, si no entrenamos nuestra mente, podríamos llegar a sufrir el síndrome del pensamiento descontrolado, es decir, que la mente vaya y venga sin dirección, impidiéndonos realizar la tarea más simple. Y si estos pensamientos, que además ocasionan estrés, son repetitivos, se vuelven destructivos.

La tendencia al pensamiento es natural, pero que la mente se pierda una y otra vez no lo es. Por lo que puede afectarnos física y emocionalmente, agobiándonos, alterándonos y agotándonos. Lejos del caos y la explosión constante, el estado de una mente sana es tener pensamientos controlados y estructurados. Es decir, en orden.

Los pensamientos se dispersan por una atención débil, una concentración escasa. La mente siempre tendrá esa actividad constante de pensamientos; el conflicto no se encuentra

ahí, sino en la incapacidad para sistematizar esos pensamientos y llevarlos a donde los necesitamos, y no a donde ellos, completamente desbocados, decidan conducirnos a nosotros.

Una atención entrenada es lo más poderoso que existe porque es ella la que domina la energía mental y corporal, y hay más, al entrenarla también alineará las neuronas dispersas en la corteza cerebral y el tálamo, fortalece tu capacidad cognitiva, promueve la creación de nuevas conexiones neuronales y puede incluso favorecer el Nemo génesis.

Una vez que la atención está en nuestras manos, es más sencillo tenerla bajo control, ayudándonos a tomar conciencia de ella y de los pensamientos que van surgiendo, y así, poder atender y concentrarse en las tareas de una manera más óptima, dirigiéndola intencional y voluntariamente.

Ahora, imagina este escenario en la modernidad. Con la llegada de los dispositivos, las redes, la información que fluye de forma inmediata y nos inunda microsegundo a microsegundo de notas rojas, fastnews, y basura generando pensamientos negativos que en cuanto asoman todo el cuerpo se ha puesto en guardia y movimiento para proteger el sistema nervioso y entra en estado de alarma para reclamar atención.

Cada vez menos personas son capaces de llegar a tener el dominio de su propia mente y de sus pensamientos. Lo de hoy es estar dispersos. Hay tantas cosas a nuestro alrededor, tantos estímulos, tantas distracciones, pantallas, y redes sociales que mantener al día. Simplemente, el celular bombardea con miles de estímulos a nuestra mente que la debilitan. La acción de bajar el dedo en la pantalla para que se deslicen imágenes e información que apenas si vemos forma parte de las causas por las que esto se ha convertido en una gran montaña en detrimento de nosotros mismos.

El cerebro es tan maravilloso que permite ser moldeado y reconfigurado cuantas veces sean necesarias. Y esto puede ser para bien o para mal. Estamos acostumbrados a vivir en



el desorden mental y la distracción, y por eso es que no advertimos el daño hasta que ya es demasiado grande. Pero, todo en este mundo tiene solución.

Para desintoxicar tu mente, tomar buenas decisiones y acabar con la toxicidad mental, debemos cuidar lo que dejamos entrar en nuestra mente, dejando atrás canales de entretenimiento, perfiles que generan en nosotros enojo, frustración, envidia... nada que no aporte valor a nuestra vida. Solo cosas que nos den paz, que nos den algo de provecho y nos hagan sentir bien después, y no vacíos, tristes y hasta con falta de esperanzas.

Poco a poco hay que acostumbrarnos a agradecer diariamente lo que tenemos aquí y ahora. La gratitud es el mejor remedio para sanarlo todo. Es una forma de resaltar y reconocer lo positivo que te rodea, la gran fortuna que tienes en tus manos.

Para acostumbrarnos al presente, al ahora, al momento que estamos viviendo, funciona maravillosamente descansar la mente, un momento caminando o actividades que nos otorguen un descanso mental. Sentir lo que haces, abrir tus cinco sentidos al bañarte, al lavar los platos, al vestirse, al desayunar. El mindfulness es de gran ayuda en estos casos. Vale la pena practicarlos.

Los problemas mentales son difíciles de solucionar si no atendemos primero al cuerpo, a las partes de nuestro cuerpo en las que sentimos las emociones. Ayudar a que la sangre fluya con un poco de actividad física, poniendo atención a las partes del cuerpo en las que estamos trabajando con esto. No tiene que ser algo drástico o muy intenso, pueden ser actividades simples, movimientos básicos. El cuerpo y la mente te lo agradecerán.

Al dominar nuestra mente, aquellos aspectos que rodean nuestra vida se verán beneficiados. Así que dile adiós a la ansiedad, el miedo y la depresión. ¡Atrévete!

**Por: Ma. Verónica Ramírez Torres**



# ¿DE VERDAD HAY QUE TENER UNA PÁGINA WEB PARA PROYECTAR LA EMPRESA?

Tener una empresa sin sitio web es como no tenerla. Hasta en redes sociales como Facebook nos piden que ingresemos el link de nuestro sitio web. ¿Por qué? Ya sea que tengas un pequeño emprendimiento, un negocio mediano o una empresa en forma, es necesario en estos tiempos tener una página web, si quieres escalar posiciones con respecto a la competencia, si tomas en serio tu emprendimiento y si deseas que perdure.

Claro, que tampoco se trata de elegir un sitio web cualquiera para diseñar la página. Hay varios tipos de sitios y cada uno tiene enfoques diversos. Y así como hay muy buenas opciones, también las hay malas o peores. Pero lo que sí es un hecho irrevocable es que necesitas un sitio web.

Y con él también vas a requerir un dominio web, que es el que ayudará a darle esa profesionalidad a tu sitio y a que los internautas te encuentren en los buscadores con facilidad, pero también es lo que soporta tu sitio web para que corra rápido y no se caiga. Algunos sitios desarrolladores de páginas web te ofrecen el dominio gratuito junto con el paquete que adquieras. Otros no, por eso es importante explorar la oferta, Googlear algunas marcas y leer comentarios de usuarios antes de contratar alguno. Cada sitio cuenta con algunas variables que son claves y que

pueden quedar mejor con un tipo de negocio que con otro. Hay que revisar el país de origen de los creadores del sitio, los planes de pagos, qué te ofrecen y si tienen un sistema predictivo que te ayude a cargar tu información fácilmente.

Muchas veces, dejamos esto para después porque al principio estamos centrados en todo lo necesario para abrir nuestra empresa, requerimientos de impuestos, diseño de logos, trámites de registro de marca, el equipamiento del lugar físico en el que estarán las oficinas, la contratación de personal... sabemos lo complicado que son esos primeros pasos para abrir un negocio. Después vienen otras etapas igualmente importantes y que requieren su tiempo. Y cuando finalmente nos damos cuenta, han pasado años y seguimos sin tener un sitio web.

Y, sin embargo, es fundamental, porque el sitio web es nuestra oficina virtual y una carta de presentación. Es una visita guiada virtual por la historia, los momentos más definitivos, el organigrama, el personal, los servicios que se dan o aquello que se vende.

También nos da una oportunidad de analizar a tu público gracias a Google

Analytics, lo que permite saber cuántas personas visitan la página por día, por país, por región. Quienes se quedan y quienes solo echan un vistazo a la portada y se van. ¿Cuántos interaccionan contigo? Y ¿cuántos servicios o ventas pudiste realizar gracias a esa carta de presentación que fue tu página web?

Por otra parte, si alguien está interesado en consumir lo que ofreces, pero no te encuentra en las redes, podría desistir por desconfianza. ¿Quién le asegura que no te irás con su dinero? ¿Dónde puede comprobar que hay un público consumidor? Sí, las redes ayudan un poco a eso también. Pero la página web es más formal y más confiable.

Además, ahora, la mayoría de sitios web tienen integrado el sistema de facturación y tienda en línea en tu misma página, lo que por supuesto brinda una mayor oportunidad de venta y de ingresos. Por supuesto, que es aquí donde cobra importancia lo que vendes para determinar qué tipo de sitio necesitas contratar. Si tu negocio es de venta de bienes raíces o una agencia automotriz, debes buscar un sitio más corporativo que también dé la opción de ligar la interacción con tu página al WhatsApp y así puedas terminar el convencimiento de compra de manera más cercana para responder las

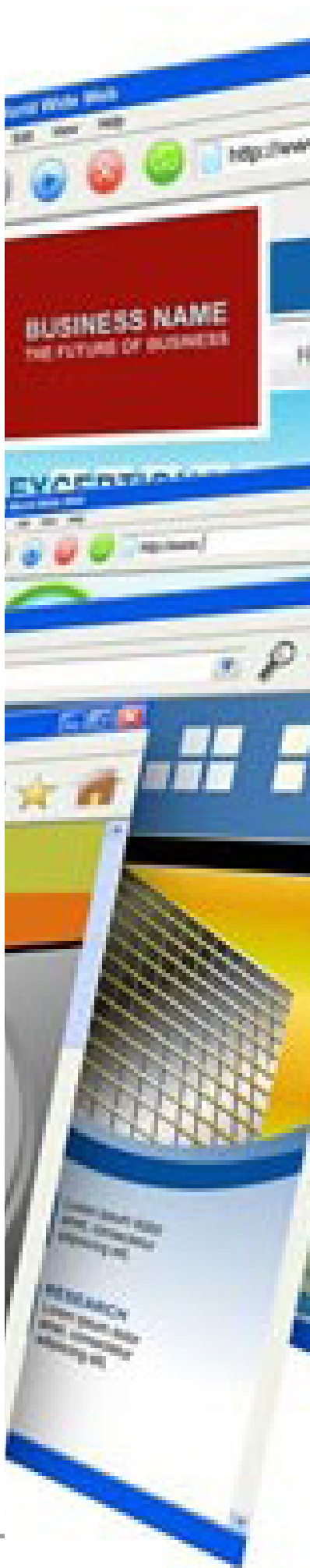
dudas de los clientes, ampliar la información de lo que les interesa y poder extenderte en cuanto al plan de pago que es más conveniente para ellos. Si viven en tu misma ciudad, por supuesto, este enlace a WhatsApp te permite hacer una cita personal con los interesados para mejores resultados.

Si tu negocio es de servicios que la gente puede adquirir online o de productos que es posible enviar por paquetería, entonces te conviene contratar los servicios de un sitio web con carro de compras.

Hay sitios web, como WordPress, que requieren habilidades más experimentadas y profesionales. Si no cuentas con ellas, debes contratar un diseñador o desarrollador que lo trabaje porque será difícil poder crearlo sin conocimientos. Pero, hacerlo de esta manera te hace dueño del sitio porque no lo debes pagar y puede quedarse permanentemente.

Otras plataformas que son intuitivas y solo requieren ir subiendo las fotos y los textos y te proponen diseños, colores y modelos ya establecidos, por lo que puedes crear tú mismo el sitio web e irlo desarrollando. Como es el caso de Shopify, que por un costo mensual o anual te brinda estas opciones, solo que en cuanto deje de recibir tu pago, el sitio desaparece porque les pertenecía a ellos. Este sitio está más orientado a tiendas en línea.

Cualquiera que sea la opción que elijas, toma en cuenta que el resultado debe



ser atractivo, profesional, armónico, organizado, con imágenes atractivas, secciones suficientes y que te anime a no despegarte de la pantalla y seguir explorando.

En conclusión, contar con una página web es un paso fundamental para cualquier empresa que aspire a crecer y destacarse en el mercado actual. No solo actúa como una vitrina digital que muestra tu oferta y profesionalismo, sino que también establece la confianza con tus clientes potenciales.

En un mundo donde la presencia en línea es crucial, un sitio web bien diseñado no solo mejora tu visibilidad, sino que también facilita el acceso a tus productos y servicios, optimizando así la experiencia del usuario. Al invertir en tu sitio web, estás invirtiendo en el futuro de tu negocio, asegurando que puedas conectar de manera efectiva con tu audiencia y adaptarte a las demandas del mercado. No dejes que la falta de una página web limite tu crecimiento; haz de ella una prioridad y observa cómo tu empresa se transforma.

**Por: Mayra Alejandra  
Cristancho Sierra**

# EL DISEÑO GRÁFICO VA MUCHO MÁS ALLÁ DE CANVA Y LA IA

En prácticamente todas las empresas existe el departamento de Diseño Gráfico, que es el que trabaja en la imagen, uniformidad y sello visual, que hará que la firma sea reconocible en cualquier parte, e incluso se vuelva un ícono.

Desde que los programas de diseño como Canva surgieron, todos nos hemos vuelto diseñadores gráficos, o al menos eso pensamos, pero entonces ¿Por qué siguen contratando las empresas a estos profesionales si lo que no hace una plataforma lo puede hacer la inteligencia artificial?

El diseñador gráfico es como un artista de las imágenes. No solo sobrepone textos e ilustraciones sobre modelos ya hechos, sino que él los crea de cero a partir de ciertos parámetros. Comunica de forma visual lo que la empresa desea basándose en su misión, visión y valores para dar un mensaje específico en una sola imagen. Todo con un objetivo determinado. Esto, implica planificar para determinar cómo se configurarán los mensajes, organizar las etapas de creación para que sea una poderosa realidad. Nada de esto puede ser improvisado. Se deben tomar en cuenta un montón de aspectos culturales, técnicos, presupuestales, entre muchos otros.

Además, claro está, de plantear concienzudamente cada uno de los objetivos que se persiguen, porque son estos los que tomarán forma de imagen y se volverán reales. El trabajo de un diseñador no termina con la entrega del material, después de ello, realiza una valoración y medición para determinar el impacto que su trabajo tuvo, o no, entre los usuarios.

El diseño gráfico es un trabajo muy creativo, que despierta emociones, sensaciones, recuerdos y sentimientos. Ninguna tecnología lograría tales cosas, por la simple razón de que nunca podrá saber qué cómo se siente una emoción, qué es lo que experimentamos cuando se despiertan y estimulan nuestros sentidos, la nostalgia de los recuerdos... si no lo conocen no pueden transmitirlo.

La Inteligencia Artificial entiende perfectamente lo que le piden; un diseñador lo entiende, se involucra, se apasiona y se sorprende consigo mismo al ver los resultados de haberse desafiado. Va creciendo con cada proyecto que realiza. Además, es el intermediario entre sus clientes y el receptor. Capta lo que desean los primeros y hace lo posible por llevarlo de la mejor manera posible a los segundos.

Una gran ventaja que tienen los diseñadores gráficos es que si no quieres contar con un departamento físico de diseño en tu empresa porque quizá no es un servicio que requieras diariamente, no tienes los recursos necesarios o el espacio, puedes contratarlos por proyecto. Hay una gran cantidad de diseñadores freelance que tienen todas sus herramientas, su equipo y pueden solucionar tus problemas aun estando en otro país. En este caso, solo hay que checar su portafolio de trabajo y ser muy claros en la responsabilidad, compromiso y orden que requieres para que no tengas que emplear un tiempo precioso en estarlos persiguiendo para hacerlos cumplir, o que te encuentres con un trabajo que no llena tus expectativas.

Para evitar caer en esta situación, lo recomendable es que cuando estés en proceso de búsqueda de un buen diseñador prestes atención a la forma en que se comunica. Y esta habilidad debe manifestarse y estar presente en todo el proceso creativo porque deberá trabajar la idea que tiene tanto con el equipo como con el cliente, la justificación de los recursos que utilizará, las indicaciones que dará a los proveedores cuando requiera un servicio más técnico como colocación de lonas, plafones o espectaculares.

Por otro lado, la creatividad debe ser parte de su vida. Observa su originalidad cotidianamente, qué tan fácil o no resuelve los conflictos del día a día. Si va a museos, exposiciones, eventos, estudia, lee, está al día con las tendencias de la temporada en materiales, colores y recursos. ¡Lleva consigo una libreta, una tableta, materiales

de dibujo? Esta es una gran señal de que le apasiona lo que hace y es creativo a todas horas. También, es crucial que sea un buen estratega para saber comunicar de forma inteligente el mensaje requerido de forma eficiente e impactante, a través de gráficos.

Como sucede con todas las profesiones, un diseñador gráfico no es solo un diseñador gráfico, hay especialidades que les dota de habilidades específicas para poder desarrollar proyectos en particular. Entre los más populares está el diseño de empaques, que se enfoca en crear esa caja, bolsa o envoltura que impacte visualmente al cliente y le sea funcional. Ellos suelen realizar el diseño gráfico y elaborar también el empaque con muy buenos resultados, tomando en cuenta la responsabilidad ecológica, durabilidad y calidad del material.

El diseño de branding requiere no solo creatividad, sino también estrategia e investigación. Porque son los encargados de darle a la empresa esa imagen que quiere externar para confirmar su reputación de forma visual. El diseñador técnico, por ejemplo, trabaja en planos, señalética, mapas, etc. Su objetivo es brindar información sobre los lugares, ayudar a la gente a ubicarse, o mostrarles información de un lugar de manera casi intuitiva.



También existe el diseño UX/UI, una especialidad que es ágil y cambiante porque se enfoca en comunicar, entretener y brindar información sobre los sitios que se diseñan. Esta especialidad se basa en el testeo y la investigación.

Hay diseñadores expertos en ilustración que eligieron esta rama principalmente porque son apasionados del dibujo. El campo de la ilustración es sumamente amplio y prácticamente cabe en todas las áreas del diseño. Como puedes darte cuenta, el trabajo de diseñador va mucho más allá de lo que pensamos, es ese genio que nos sorprenderá gratamente cuando te muestre lo que habías soñado, pero como nunca imaginaste.

**Por: Gerardo Alfredo Rodríguez Ortiz**

# ¿POR QUÉ DICEN QUE JAMÁS DEBES CONTAR TUS PROYECTOS?

Dicen que cuando tienes proyectos en puerta o propuestas que estás esperando que se hagan realidad no debes contarlo a nadie para mantenerlos en secreto, no es porque al hacerlo se pueda crear un hechizo que haga caer la desgracia sobre quien lo comparte, si no por otras razones más terrenales.

Las ideas no pueden tocarse ni verse, no están en el plano de lo material, es por ello que hay que protegerlas con firmeza y un poco de emoción también, pero especialmente con mucha reserva hasta que sea algo que se haya concretado.

Cuando tendemos a celebrar antes de tiempo esperando lo que aún no es un hecho, y fanfarroneamos sobre nuestros logros (o casi logros), platicamos sobre ideas que tenemos dando vueltas en la mente o compartimos que todo indica que ese reconocimiento, ascenso o premio seguramente será para nosotros, es muy probable que no ocurra. No es superstición, esto tiene un sustento científico. Está comprobado que existen condicionantes psicológicos que afectan nuestras intenciones una vez que las hemos manifestado.

Todos conocemos casos de personas que sobresalen presentando las ideas de otros, que roban proyectos, que dan dos pasos más adelante y se quedan con recompensas que no merecían. Es cierto que nos gusta sentir el apoyo de los demás, ser celebrados y obtener la validación de quienes nos rodean, solo que al compartir aquello que está en el aire como una promesa no sabemos a quién podría incomodar nuestra prosperidad, y esto pondría en peligro nuestros planes.

Las relaciones con los demás se basan en roles y en jerarquías, y más que eso, no nos gustan los cambios que puedan descolocarnos o arruinar nuestra organización laboral o de vida. Ya sea por una u otra razón, de manera consciente o inconsciente, hay personas que se opondrán e intentarán sabotearlo.

Quienes nos quieren pueden oponerse por miedo a que fracasemos, o a que esta nueva situación los lleve a vernos menos, o nos mantenga lejos de ellos. Quienes no nos aman, no querrán vernos bien. No importa si son amigos, conocidos, parientes, pareja o colegas, cualquiera de ellos puede desarrollar este mecanismo de defensa.

Entonces solo conseguiremos recibir una serie de consejos, opiniones y puntos de vista que nunca solicitamos, y que reflejan no lo que los demás ven en nosotros, sino lo que inconscientemente piensan de ellos mismos: sus imposibilidades, sus fracasos, sus planes abortados. Podemos llegar a desanimarnos e incluso a darnos por vencidos antes de tiempo.

Los demás puede que ni siquiera lo hagan con mala intención. Es solo que cuando una persona es activa, positiva y genera resultados, para muchas personas es algo espontáneo intentar compartirle sus puntos de vista, pero, ahora, tu mente tiene una finalidad: concéntrate en ello y no prestes oídos. Confía en ti y en tu intuición. No es sino hasta que todo se haya concretado cuando debemos contarlo. Un plan puede venirse abajo a pesar de que ya se hayan tenido reuniones previas y todos se muestren encantados y hasta parezca que todo es una realidad por la forma en la que hablan de la propuesta. Lo que sí es posible es comenzar a plantear una estrategia, o algunas tácticas, para comunicar la noticia cuando sea una realidad.

Además de lo que puede suceder con quienes nos rodean, está el hecho de que al contar lo que planeamos perdemos el entusiasmo. Desde el momento en que empiezas a mencionarlo, el cerebro está registrando que es un hecho, no solo palabras... y da vuelta a la página. A lo que sigue. Para el cerebro, el bienestar que capta en nosotros es como la recompensa recibida por lo realizado, solo que no es así.

Esa es la razón principal, el subconsciente, que se alimenta de las emociones y sentimientos y actúa de acuerdo a eso. Nuestra capacidad, liderazgo y perseverancia también viven ahí. Hasta que la mente subconsciente da la orden a la consciente de que ejecute las acciones, no lo hará sin esa energía propia.

Todos tenemos objetivos y metas inmediatos, lejanos o a medio plazo. Pero, cuando se trata de algo más importante y especial para ti, tu desarrollo o bienestar es mejor no comentarlo. Al recibir reconocimiento antes de tiempo nos esforzamos menos por alcanzar los retos. Cuando las cosas buenas están por materializarse hay alrededor una energía positiva que se expande y puede disolverse fácilmente por falta de prudencia.

De ahí la importancia de mantener y reforzar nuestra humildad. Porque entonces haremos todo lo que sea posible por alcanzar lo que anhelamos, al contrario de quienes dan por hecho que el éxito está en sus manos. Una mentalidad triunfadora está trabajando constantemente, invirtiendo tiempo en realizar sus planes, en mejorar, en conocer más.

Incluso, de ser posible, firmar un acuerdo de confidencialidad. No, no es exagerado. Es sorprendente el número de casos en los que hay acuerdos que se han derrumbado en el último segundo porque personas dentro del equipo han entregado la información para que pueda tomar ventaja de ello. Alguien con buenas intenciones jamás tendrá inconveniente en firmarlo. No tiene que ser un documento avalado por notarios, hay modelos muy simples que no requieren mayor formalidad.

Intenta que el equipo que te acompañe en ese camino o proyecto esté integrado por personas optimistas, entusiastas, capacitadas. Que estén en tu misma sintonía sin que sean familiares o amigos. No te costará trabajo encontrar gente talentosa con ganas de sumarse a proyectos geniales, así que evítate problemas involucrando a personas cercanas afectivamente porque la relación podría verse perjudicada si algo sale mal.

Recuerda, es tu idea, tú decides.

**Por: Leopoldo Campuzano Perales**



# ¿QUÉ ES LA NUBE Y PARA QUÉ FUNCIONA?

*Por: Isabel Duarte Morales*



Cuando nos hablan de subir a la nube los archivos, nos imaginamos un gran cielo en el que flotan millones y millones de datos computacionales en constante e infinito movimiento, como una gran bolsa de valores en la que todos quieren subir, bajar y guardar información. Pero no es así, la nube es como una gran caja fuerte que, en vez de dinero, almacena documentos, música, fotografías, o videos. Dentro de esa caja, hay cajoncitos que le pertenecen a quienes pagan por ellos y por eso pueden guardar ahí su información.

La nube no es otra cosa que la computación por Internet. En lugar de que nuestra computadora almacene, comprometa su velocidad y su capacidad al saturar la memoria disponible, se presta para consumir esos recursos y encargarse de almacenar, de consumir poder de cómputo y velocidad de ancho de banda. Los sistemas de entretenimiento como Netflix, HBO plus, y otros, tienen su material en la nube. Al encenderlos, se conecta a la nube permitiéndonos ver los archivos disponibles y es desde ahí donde se puede elegir lo que desea ver y disfrutarlo.

Pero, ¿cómo puede una computadora tener tal capacidad de almacenamiento? Efectivamente, su capacidad es más grande y poderosa de lo que podemos imaginar, es por eso que gente de todo el mundo puede usar al mismo tiempo la aplicación y hasta en la misma casa. A grandes rasgos, la nube es un conjunto de recursos computacionales de gran escala conectados a través de una red de alta velocidad que permite que estos recursos puedan consumirse bajo demanda.

Son innumerables las empresas que hacen uso de la nube para mantenerse en mantenimiento sin caerse por la apoteósica demanda que esto implica. Esto es posible gracias a la red de alta velocidad en la que están cimentadas. El proceso es en realidad muy complejo, y permite el consumo de recursos de acuerdo con la capacidad de la empresa. En la nube, se paga por lo que se consume. Los pilares que sostienen a la nube son tres: la virtualización, que es la que permite tener varios sistemas operativos funcionando sobre el mismo hardware, y que pueden aumentar o disminuirse



a demanda, como se vaya necesitando; y finalmente, el despliegue escalable y rápido con gran flexibilidad para aumentar o disminuir la capacidad según lo que se vaya requiriendo.

La nube consume mucha energía y se necesita mucho dinero para mantenerla en funcionamiento. El consumo de energía de una sola canción en YouTube es solo comparable con la energía eléctrica de 40 mil hogares.

La nube puede ser privada, con recursos disponibles tan solo para quien paga por ese almacenamiento, generalmente firmas corporativas muy grandes. También da la opción de ser pública, lo que quiere decir que esa caja fuerte se comparte con más personas y empresas y cada quien paga por el espacio que usa. Y finalmente, la híbrida, que es una mezcla entre la privada y la pública, es decir, que una parte de la información está en privado por temas legales o personales y no se comparte el espacio con nadie más, y la otra parte es pública y paga una factura por el espacio que comparte con más usuarios. Aunque también hay modalidades que son gratuitas con una capacidad limitada de almacenamiento.

Cada vez que entramos en un dispositivo, hacemos uso de mucha información que viene de la nube, y no precisamente del sitio al que accedamos. A lo largo del tiempo, las computadoras han evolucionado a pasos agigantados, de ser aparatos inmensos que requerían una habitación entera para ellos solos, han disminuido su tamaño, estructura y funcionalidades.

Durante un tiempo, almacenábamos la información importante en disquetes, discos externos o USB. Entonces, estos auxiliares eran los cajoncitos dentro de la gran caja fuerte. Hoy, han sido sustituidos por la nube, y muchas personas guardan en ella lo que no cabe en los dispositivos. Google Drive, Dropbox, One Drive e iCloud son algunos ejemplos de empresas que ofrecen este servicio. Todos tienen cajas fuertes e inmensas en las que cabe muchísima información. Cada vez que se realiza una búsqueda en el servidor, este se conecta con la nube para que pueda darle todas las opciones válidas para una respuesta integral a lo que solicita.

La nube no solo ha transformado la manera en que almacenamos y accedemos a la información, sino que también ha revolucionado el funcionamiento de empresas en todo el mundo. Al ofrecer recursos escalables y accesibles, permite a las organizaciones adaptarse rápidamente a las demandas del mercado sin necesidad de realizar grandes inversiones en infraestructura física. Esto es especialmente útil para las startups y pequeñas empresas, que pueden concentrarse en su crecimiento y desarrollo sin preocuparse por los costos fijos de mantenimiento de servidores y hardware. Además, la nube facilita la colaboración entre equipos, permitiendo que múltiples usuarios accedan y trabajen en documentos en tiempo real, sin importar su ubicación geográfica.

Otro aspecto importante de la nube es la seguridad que ofrece en comparación con el almacenamiento local. Aunque la preocupación por la privacidad de los datos sigue siendo relevante, los proveedores de servicios en la nube implementan medidas avanzadas de seguridad, como cifrado de datos y copias de seguridad automáticas, que protegen la información de los usuarios. Esto significa que, en caso de pérdida de datos debido a fallos en el hardware o ataques cibernéticos, las empresas pueden recuperarse más rápidamente, minimizando el impacto en su operación. Así, la nube no solo sirve como un espacio de almacenamiento, sino que también se convierte en una herramienta clave para la resiliencia empresarial.

Finalmente, el futuro de la nube promete aún más innovaciones, impulsadas por tecnologías emergentes como la inteligencia artificial y el aprendizaje automático. Estas herramientas permiten optimizar el uso de los recursos en la nube, mejorando la eficiencia y reduciendo costos operativos. A medida que más empresas adoptan soluciones en la nube, es probable que veamos una evolución continua en los servicios ofrecidos, incluyendo opciones más personalizadas y especializadas. En última instancia, la nube se ha convertido en un componente esencial de la infraestructura digital moderna, ofreciendo no solo almacenamiento, sino una plataforma dinámica que apoya la innovación y el crecimiento en un mundo cada vez más interconectado.

# EL COMPLEJO SISTEMA DE LOS MICROSERVICIOS

Un negocio comienza con una persona haciendo todo. Cuando este crece, las funciones se van distribuyendo entre más personas que se van integrando al equipo. El software funciona más o menos así. Una aplicación pequeña solo requiere un servidor, una base de datos y una tecnología, por lo que todas las funciones se reúnen en un solo lugar... hasta que la aplicación comienza a crecer. Ahí es donde se vuelve obligado a distribuir la app en muchas miniapps con características propias, pero que sigan comunicándose entre sí.

Los servicios son piezas de software que proveen un servicio o funcionalidad específica. Todo lo que ocurre en Internet está basado en servicios web, también en cuanto a lo que se refiere a Inteligencia Artificial y servicios móviles, es así. Los servicios web no son otra cosa que API, es decir, reglas de comunicación entre servidores que ponen en práctica los servicios basándose en las reglas de comunicación entre aplicaciones. Los servicios web son consumidos por clientes, y tienen puertas de acceso a los que conocemos como URL a través del HTTP.

Existe algo llamado arquitectura de software, que es la manera en la que se comunican y organizan los componentes de un software y las responsabilidades que cumple cada uno. Es como la estrategia y lugar de los jugadores de un equipo deportivo. Cada uno tiene una función, pero al mismo tiempo todos son uno.

En el idioma del software, reconoce al monolito como aquella aplicación pequeña en la que código y funciones se amalgaman para ser uno solo, como las grandes rocas monolíticas. Esto es maravilloso cuando el negocio es pequeño todavía, porque solo hay tres capas que lo conforman: de datos, de presentación y de lógica. El inconveniente que presenta es que no es fácil hacer cambios precisamente porque cada elemento forma un todo y moverlo puede ser perjudicial. También con las funcionalidades

nuevas es así. Prácticamente, es crear el software y que permanezca inamovible.

Los microservicios también tienen la capacidad de juntarse entre ellos para crear una aplicación, estableciendo reglas para evitar conflictos. Hay mini apps con funciones muy específicas que pueden considerarse monolitos o microservicios. En cuanto la app empiece a crecer, se pondrá lenta, se caerá el sistema y dejará de ser funcional. En un monolito, cuando empieza a haber alta demanda, es decir, que la cantidad de usuarios se eleve demasiado, se sobrecarga la aplicación; pero, si está basada en un sistema de microservicios, se equilibra la carga porque cada uno de ellos atiende lo que le corresponde.

Los microservicios también protegen a la app cuando hay alta disponibilidad. Si la app se cae, es posible identificar inmediatamente el problema, pues se puede monitorear uno por uno para saber cuál fue el que se cayó y ayudarlos a que se reinstalen o se reinicien. Lo que no permite el monolito, ahí, es prácticamente imposible por la amalgamación de su estructura. Otro desafío que se vuelve menor gracias a los microservicios es la alta complejidad que presentan los monolitos contra ellos, que están aislados y se pueden revisar y modificar sin que esto afecte a los otros, poniendo en riesgo a toda la aplicación.

Los microservicios cuentan con una capa superior, que es donde está el controller que vigila los accesos no autorizados para impedirles la entrada. Una capa media con el validator que comprueba que la aplicación y los datos tengan el formato correcto. Y finalmente, el microservicio, donde está la lógica del negocio, que es donde se encuentra la función que cumple el microservicio y el acceso de datos que se comunica a la base externa. Para que sea funcional, cada microservicio debe tener una sola función, ser autónomo para garantizar que un

movimiento o arreglo en él comprometa a toda la aplicación, y deben estar aislados, cada uno con sus recursos y su propia base de datos. Se puede usar un mismo lenguaje para cada uno, o lenguajes distintos de acuerdo con la microfunción de cada servicio.

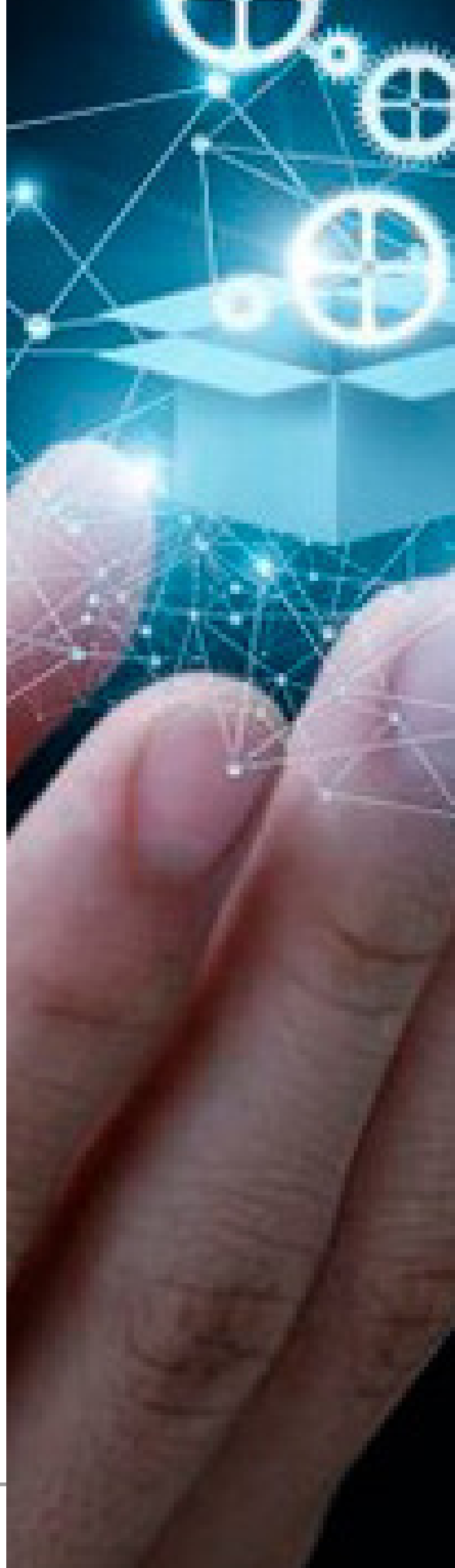
En cuanto a la arquitectura recomendada para diseñar microservicios, está la hexagonal que se basa en puertos y adaptadores que comunican a los microservicios. También es posible la API Gateway que enruta las comunicaciones y gestiona la seguridad. Finalmente, Serverless que permite que el proveedor de nube asigne los recursos cuando sean requeridos y después la apaga para que no se sobrecargue.

En resumen, los microservicios representan una evolución crucial en la arquitectura del software, permitiendo que las aplicaciones se desarrollen y escalen de manera más ágil y eficiente. Al descomponer una aplicación monolítica en pequeños servicios autónomos, se logra una mayor flexibilidad en el desarrollo, ya que cada microservicio puede actualizarse y desplegarse de forma independiente. Esto no solo mejora la velocidad de respuesta ante cambios y nuevas funcionalidades, sino que también facilita la identificación y resolución de problemas, lo que deriva en un sistema más robusto y confiable.

Además, el uso de microservicios promueve una cultura de DevOps, donde equipos multidisciplinarios pueden trabajar en paralelo, impulsando la innovación y acelerando el ciclo de desarrollo. Cada equipo puede elegir las tecnologías y lenguajes más adecuados para sus microservicios, optimizando así el rendimiento y la eficacia. Esta independencia tecnológica no solo mejora la eficiencia, sino que también permite que la aplicación se adapte rápidamente a las necesidades cambiantes del mercado, garantizando que la empresa permanezca competitiva.

Por último, la implementación de microservicios requiere una planificación cuidadosa y el uso de herramientas adecuadas para gestionar la comunicación entre ellos. Desde arquitecturas como la hexagonal hasta soluciones como API Gateway y Serverless, cada elección influye en el rendimiento y la escalabilidad de la aplicación. En un mundo donde la agilidad y la capacidad de adaptación son esenciales, los microservicios se presentan como una solución poderosa, transformando la forma en que las empresas desarrollan y mantienen sus aplicaciones, y permitiéndoles enfrentar los desafíos del futuro con confianza.

**Por: Iairo Arturo Castañeda Trejo**



# Y EN ESTA ERA DIGITAL, ¿CUÁL ES EL FUTURO DE LA LECTURA?

Leer no es algo nato que se nos dé por instinto, es un aprendizaje que adquirimos y al que el cerebro ha debido adaptarse. Cuando un ser humano está en crecimiento durante su primera infancia, aprende el lenguaje de sus padres; esto determina el vocabulario que tendrá, su forma de comunicarse y la energía con la que lo hace. Cuando los miembros de una familia no se hablan entre sí, perjudican la evolución lectora del niño.

Al ingresar a la escuela, ese pequeño debe sujetarse a diversas reglas a las que muy probablemente no estaba acostumbrado. Son otras rutinas, otros métodos, otra forma de vida .

Según estudios, se emplean 400 horas en promedio en un ciclo escolar en actividades de lectura; un buen lector requiere 4 mil horas de práctica. Para que este nivel se pueda alcanzar, se debe tener gusto por la lectura para que sea una actividad de casa también. La responsabilidad en la formación de los lectores recae en la maestra y los padres de familia.

Durante la adolescencia, el alumno ya debe leer para aprender, por lo que necesita haber adquirido comprensión lectora y leer con fluidez. En esta etapa se van abriendo nuevos mundos a través de materias fundamentales que apoyan su ejercicio lector con datos reales, como sucede con materias como la Historia o la Geografía, que brindan conocimientos más precisos también. Solo que, en el mundo digital, el interés por la lectura en esta etapa es escaso y la comprensión lectora deficiente. Aquí el alumno ya es también responsable de su desarrollo lector.

Entre los 14 y 16 años no solo deberían comprender los textos, sino que también ya tendrían que externar puntos de vista acerca de lo que leen. Las horas de lectura en este punto han sido desplazadas por los dispositivos, afectando irremediablemente su desarrollo educativo.

Por lo tanto, su vocabulario, que ya debería rondar las 6 mil palabras, apenas si llega a mil. Por lo que requieren maestros con un nivel lingüístico elevado para que puedan ayudar a incrementar el vocabulario de sus alumnos naturalmente, lo cual no sucede. Un niño con pocas palabras en su haber aprende mejor y más rápido si tiene un vocabulario más extenso, y tendrá también una comunicación más asertiva con los demás.

No puede existir una buena comprensión lectora si no hay un vocabulario extenso. Una de las reglas de la comprensión es conocer el significado de al menos 97 por ciento de las palabras que contiene el texto. Por lo tanto, los conocimientos no encuentran un terreno fértil para crecer, mucho menos si se adivina lo que significan las palabras en vez de investigarlas.

Y en el remoto caso de que lo hagan, lo Googlearán y pueden toparse con definiciones o información errónea, en caso de palabras que tienen diferentes acepciones. La forma en la que leemos y aprendemos no ha quedado estática con el desarrollo de la tecnología.

Entre los aspectos que más se han visto afectados está la pérdida de atención. Aunque no lo notemos, la lectura digital merma nuestra capacidad de atención, retención y comprensión. El hilo de la trama puede perderse fácilmente, pues algunas funciones han afectado habilidades cerebrales gracias al uso excesivo de pantallas y la interacción en las redes sociales que promueve lo inmediato, lo corto, lo digerible.

También la condición de multitasking o multitareas que hemos adquirido abona a la falta de concentración y la pérdida del foco. Ahora, las lecturas se interrumpen constantemente por las tareas rápidas, las distracciones, las alertas en el teléfono que nos llaman a dejar el libro a un lado y procrastinar con los contenidos de las redes, mientras que la lectura queda, finalmente, abandonada.

1

n I wake up, the other side of the  
y fingers stretch out, seeking  
h but finding only the rough canv  
e mattress. She must have had ba  
climbed in with our mother. Of c  
. This is the day of the reaping.

I prop myself up on one el  
nough light in the bedroom to see  
sister, Prim, curled up on her sid  
my mother's body, their cheeks f  
In sleep, my mother looks young  
not so beaten-down. Prim's fa  
raindrop, as lovely as the prir  
was named. My mother was  
too. Or so they tell me.

Sitting at Prim's knee  
world's ugliest cat. Mas  
ear missing, eyes the col  
named him Buttercup

Hoy, efectivamente, podemos hacer más cosas en menos tiempo, por lo que la lectura no entra en este esquema. En la era digital se prefiere buscar la serie o película basada en el libro, el resumen o la reseña del influencer de turno. Ya no tenemos espacio para ninguna actividad que requiera más tiempo que ese. Por último, la masa cerebral sufre afectaciones gracias al uso frecuente de pantallas digitales en los niños, dañando la psicomotricidad, y en las personas adultas a la red de conexiones neuronales, provocando una notable merma en la concentración y la paciencia cognitiva.

Aunque la era digital ha puesto en nuestras manos una gran cantidad de información y nos permite de ser testigos de los grandes acontecimientos mundiales y las noticias prácticamente en el segundo mismo en el que están sucediendo los hechos, lo cierto es que la lectura profunda y reflexiva se encuentra en una encrucijada. La sobreabundancia de información puede llevar a una superficialidad en el consumo de contenidos, donde lo importante es la inmediatez y la rapidez, más que la comprensión y el análisis crítico. La habilidad de leer no solo para adquirir información, sino para disfrutar de la narrativa, para reflexionar sobre conceptos complejos y para desarrollar empatía a través de personajes e historias, se ve amenazada por el bombardeo constante de estímulos digitales. Por lo tanto, es fundamental fomentar un entorno que valore la lectura como un acto esencial, no solo académico, sino también personal.

El futuro de la lectura en esta era digital dependerá en gran medida de cómo se adapte la educación y la cultura a las nuevas tecnologías. Promover espacios y momentos dedicados a la lectura, libres de distracciones digitales, será crucial para recuperar el interés y la capacidad de concentración. Además, los educadores y padres deben ser conscientes de la importancia de modelar hábitos de lectura saludables, integrando tanto la lectura digital como la impresa, y creando un balance que permita a los jóvenes disfrutar de ambas modalidades. La formación de un lector crítico y comprometido es un reto que debe asumirse con responsabilidad.

Finalmente, es esencial aprovechar las herramientas digitales para enriquecer la experiencia lectora, en lugar de reemplazarla. Aplicaciones interactivas, audiolibros y plataformas que fomenten la lectura colaborativa pueden ofrecer nuevos caminos para conectar a los jóvenes con la literatura. A medida que la tecnología avanza, el desafío radica en cultivar un amor por la lectura que trascienda la simple adquisición de información y se convierta en un acto de creatividad, reflexión y conexión humana. Solo así podremos asegurar que seguirá siendo una actividad valiosa y relevante en el futuro.

**Por: Isabel Duarte Morales**

Nos orientamos a un mercado en franco crecimiento por el incremento en las necesidades:

\* Desinfección, Control de Plagas y Fumigación Gas.

**FumiPlus®**  
*On time pest control*

**FumiPlus®**  
*On time pest control*